



Fakultät Medien

# **BACHELORARBEIT**

**Marcus Fitsch**

**„Mein Programm“ – Eine vergleichende Analyse der  
Unterschiede zwischen den verschiedenen regionalen  
Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen  
Rundfunks**

**“My program” – A comparing analysis of the  
disparities between the different regional program  
slots of the NDR**

**2010**

Fakultät Medien

# **BACHELORARBEIT**

## **„Mein Programm“ – Eine vergleichende Analyse der Unterschiede zwischen den verschiedenen regionalen Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen Rundfunks**

Autor: **Marcus Fitsch**

Erstprüfer: **Prof. Dipl.-Kaufm. Günther Graßau**

Zweitprüfer: **Sandra Schütt M.A.**

Mittweida, 2010

## **Bibliografische Beschreibung und Referat**

Fitsch, Marcus:

„Mein Programm“ – Eine vergleichende Analyse der Unterschiede zwischen den verschiedenen regionalen Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen Rundfunks. - 2010 - 88 Seiten  
Hamburg, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

Referat:

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit den Unterschieden zwischen den vier regionalen Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen Rundfunks.

In einer vergleichenden Analyse werden die öffentlich-rechtlichen Regionalfenster Hamburgs, Schleswig-Holsteins, Niedersachsens und Mecklenburg-Vorpommerns zunächst im Einzelnen betrachtet und schließlich gegenüber gestellt, um nach festgelegten Kriterien auf vorhandene Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht zu werden. Die Kriterien beziehen sich dabei nicht nur auf den inhaltlichen wie programmstrukturellen Aufbau und Ablauf der einzelnen Fernsehprogrammfenster sowie deren jeweilige Zielgruppe, sondern vor allem auch auf das Maß ihrer Regionalität und auf die jeweilige Akzeptanz der Programme im eigenen Sendegebiet.

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die signifikantesten Disparitäten analysiert und unter Bezugnahme auf die Funktionsweisen regionalen Fernsehens begründet. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Maß der Identifikation einer Region und ihrer Bewohner mit ihrem regionalen Programmangebot.

Ziel dieser Arbeit ist es, den Einfluss regionaler Individualität und regional identifikatorischer Prozesse auf die Individualität und den Erfolg regionaler Fernsehprogrammangebote deutlich zu machen.

## Inhalt

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>6</b>
<b>Einleitung.....</b>	<b>7</b>
<b>1. Vorbetrachtungen .....</b>	<b>8</b>
1.1. Ein öffentlich-rechtlicher Regionalfunk für alle .....	8
1.2. Regional auf allen Ebenen .....	9
1.3. Erste Wahl oder Wahlpflicht? .....	10
1.4. Das Erfolgsrezept „Unser Programm“ .....	13
<b>2. Das regionale Fernsehen des NDR .....</b>	<b>16</b>
2.1. Die Landesfunkhäuser .....	18
2.1.1. Der NDR in Hamburg .....	19
2.1.2. Der NDR in Schleswig-Holstein .....	21
2.1.3. Der NDR in Niedersachsen .....	23
2.1.4. Der NDR in Mecklenburg-Vorpommern .....	25
2.2. Die regionalen Programmfenster im Überblick .....	27
2.2.1 Programmstruktureller Ablauf, inhaltlicher Aufbau und Eingliederung in das NDR-Vollprogramm. ....	28
2.2.1.1. Regionale Kurmagazine .....	29
2.2.1.1.1 Das „Hamburg Journal 18:00“ .....	29
2.2.1.1.2. „Schleswig Holstein 18:00“ .....	30
2.2.1.1.3. „Niedersachsen 18:00“ .....	32
2.2.1.1.4. „Land und Leute“ .....	33
2.2.1.2. Ländermagazine .....	35
2.2.1.2.1. Das „Hamburg Journal“ .....	36
2.2.1.2.2. Das „Schleswig-Holstein Magazin“ .....	38
2.2.1.2.3. „Hallo Niedersachsen“ .....	41
2.2.1.2.4. Das „Nordmagazin“ .....	44

<b>3. Die regionalen Programmfenster im Vergleich .....</b>	<b>47</b>
3.1. Programmstruktureller Aufbau und Ablauf .....	47
3.2. Inhaltlicher Aufbau und Ablauf innerhalb der Programmfenster .....	48
3.2.1. Die regionalen Kurmagazine im Vergleich .....	48
3.2.2. Die Ländermagazine im Vergleich .....	52
3.3. Die Akzeptanz der regionalen Programmfenster im Sendegebiet .....	54
3.3.1. Die Zielgruppen der regionalen Programmfenster .....	55
3.3.2. Die Quote als Indikator für die Akzeptanz der regionalen Programmfenster innerhalb ihres Sendegebiets .....	58
 <b>4. Eine Aufstellung möglicher Gründe für die Unterschiede zwischen den regionalen Programmfenstern des NDR .....</b>	<b>69</b>
4.1. Zielgruppenorientiertes Image: Ein Profil für jede Region .....	70
4.2. Quotenwunder Mecklenburg-Vorpommern: Gründe für die kontinuierlich sehr hohen Einschaltquoten des Regionalfensters M-V .....	72
4.3. Zersplittertes Niedersachsen: Gründe für die im Vergleich sehr niedrigen Einschaltquoten des Regionalfensters Niedersachsen .....	76
 <b>5. Fazit .....</b>	<b>81</b>
 <b>Quellenverzeichnis .....</b>	<b>83</b>
 <b>Anlagenverzeichnis .....</b>	<b>86</b>
 <b>Erklärung zur selbständigen Anfertigung .....</b>	<b>88</b>

## Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i> 01. - 25.07.2010 Sehbeteiligung im gesamten NDR Gebiet	– S. 60 –
<i>Abbildung 2:</i> 01. - 25.07.2010 Marktanteil im gesamten NDR Gebiet	– S. 60 –
<i>Abbildung 3:</i> 01. - 25.07.2010 Marktanteil in %, Gegenüberstellung NDR Regional 18:00	– S. 62 –
<i>Abbildung 4:</i> 01. - 25.07.2010 Sehbeteiligung in Mio., Gegenüberstellung NDR Regional 18:00	– S. 63 –
<i>Abbildung 5:</i> 01. - 25.07.2010 Marktanteil in %, Gegenüberstellung NDR Regional 19:30	– S. 64 –
<i>Abbildung 6:</i> 01. - 25.07.2010 Sehbeteiligung in Mio., Gegenüberstellung NDR Regional 19:30	– S. 66 –
<i>Abbildung 7:</i> 01. - 25.07.2010 Marktanteil in %, Gegenüberstellung NDR Regional 18:00 und NDR Regional 19:00	– S. 68 –

## Einleitung

Regionalität spielt im deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine tragende wie permanente Rolle. Das gilt für den Norddeutschen Rundfunk (NDR) genauso wie für den Westdeutschen Rundfunk (WDR), den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) und auch die anderen der neun Landesrundfunkanstalten der ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland). Als Mehrländeranstalt ist der NDR zuständiger öffentlich-rechtlicher Rundfunkversorger für Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein; vier Bundesländer der BRD, die zwar allesamt zu einem Großraum Norddeutschland zusammengefasst werden können, deren Eigenarten und Gepflogenheiten als regionale Charaktere doch höchst eigen und unterschiedlich sind: Da ist das weitläufige Niedersachsen, dessen Gebiet sich von Mitteldeutschland bis an die Nordseeküste Ostfrieslands erstreckt. Da ist das metropolitane Hamburg, eine der modernsten und die reichste der deutschen Städte. Da ist Schleswig-Holstein mit seinen Küsten zur Nord- und zur Ostsee und seinen geschäftigen Hafenstädten. Und da ist Mecklenburg-Vorpommern, eine der wichtigsten landwirtschaftlichen Regionen Deutschlands, mit seinen Ostseestränden eines der beliebtesten Urlaubsziele der Deutschen und als eines der neuen Bundesländer der jüngste Zuwachs im NDR-Sendegebiet.

Hier ständig einen gemeinsamen regionalen Konsens zu finden, ist schwer und nur möglich, wenn individuell auf die einzelnen Gebiete abgestimmter regionaler Rundfunk produziert wird. Das NDR-Fernsehen, auf das sich in dieser Arbeit konzentriert werden soll, gewährleistet dies in der Hauptsache mit vier täglichen regionalen Programmfenstern, die – parallel gesendet – nur in den jeweiligen Regionen des Sendegebiets empfangen werden können.

Doch so unterschiedlich wie die Regionen im Sendegebiet des NDR sind auch ihre Anforderungen an einen Regionalfunk und eine individuelle regionale Berichterstattung. Das führt unweigerlich zu Unterschieden zwischen den vier regionalen Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen Rundfunks. Solchen Unterschieden, ihrer Herkunft und ihren Ursachen widmet sich diese Arbeit.

## **1. Vorbetrachtungen – Die Bedeutung regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland**

Die Grundlage einer solchen Analyse ist ein Blick auf die Bedeutung und Dimension öffentlich-rechtlichen Regionalrundfunks in der Bundesrepublik Deutschland.

### **1.1. Ein öffentlich-rechtlicher Regionalfunk für alle**

Mit der Geburtsstunde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland – im Herbst 1945 – wurde auch der Grundstein für einen staats- und regierungsunabhängigen Regionalfunk in Westdeutschland gelegt. Zwar hatte es bereits seit Beginn der regelmäßigen deutschen Rundfunkausstrahlung 1923 immer regional eingefärbte Programminhalte gegeben. Die Idee eines von staatlicher bzw. parteilicher Aufsicht losgelösten – sprich öffentlich-rechtlichen – Regionalfunks hingegen ist der sorgfältigen Zusammenarbeit der alliierten Besatzungsmächte und der neugegründeten BRD beim Wiederaufbau einer geordneten Rundfunkversorgung im Deutschland der Nachkriegszeit zu verdanken.<sup>1</sup> Der Ausbau der Sendernetze in den jeweiligen Besatzungszonen nach ihrer Übernahme der ehemaligen Reichssender und die damit verbundene Gründung der ersten großen Rundfunkanstalten schafften eine Ausgangssituation, durch die sich, nachdem der Rundfunk 1948 in die Hände der BRD überging, flächendeckend ein öffentlich-rechtlicher regionaler Rundfunk entwickeln konnte. Dieser konnte nun wachsen und gedeihen wie die junge Bundesrepublik selbst. Und natürlich war wie sie auch der junge deutsche Rundfunk auf der Suche nach einer neuen Identität.<sup>2</sup>

Auf der nationalen Ebene konnte dies durch den Zusammenschluss der Landesfunkhäuser des Bayerischen Rundfunks (BR), Hessischen Rundfunks (HR), Radios Bremen (RB), des Süddeutschen Rundfunks (SDR), Südwestfunks (SWF) und des Nordwestdeutschen Rundfunks

---

<sup>1</sup> vgl. Zänger 1996, S. 6f

<sup>2</sup> vgl. Köhler (Hrsg.), 1991, S. 10f., 126, 136-141



(NWDR) zur ARD geschehen. Vor allem im Bereich Fernsehen gab sie ab dem 9. Juni 1950 dem gesamtdeutschen Rundfunk ein Gesicht.<sup>3</sup>

## **1.2. Regional auf allen Ebenen – Die Dimensionen der Regionalität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk**

Doch ein Rundfunksystem mit stetig wachsendem Sendernetz braucht viele Identitäten, abgestimmt und zugeschnitten auf das jeweilige Sendgebiet und seine Einwohner. Es muss die Region repräsentieren, regional berichten, Regionalfunk sein. Das gilt heute umso mehr, wenn man auf einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit einem deutschlandweiten Sendernetz, neun Landesrundfunkanstalten, 16 Landesrundfunkhäusern und einer Vielzahl von Regionalstudios im gesamten Bundesgebiet blickt.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk lässt heute wie damals mehrere Ebenen von Regionalität und regionaler Berichterstattung erkennen, deren Einteilung in erster Linie der geografischen Einteilung der Bundesrepublik nachempfunden worden ist:

Da gibt es zunächst die Ebene der Landesrundfunkanstalten. Sie ist für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk jeweils eines Bundeslandes (RB, BR, SR, WDR und HR) oder – wenn es sich um Mehrländeranstalten handelt – gleich mehrerer Bundesländer (NDR, MDR, SWR, RBB) zuständig. Es handelt sich hierbei um eine Regionalität zwar innerhalb Deutschlands, allerdings im weitesten Sinne. Regionale Konkretisierung erfolgt durch die Ebene der Regionalstudios bzw. – im Falle der Mehrländeranstalten – die Ebene der Landesfunkhäuser und Regionalstudios. Bei Einlandanstalten wie dem Westdeutschen oder dem Hessischen Rundfunk entsteht die konkreteste Ebene der Regionalität direkt durch die zahlreichen Regionalstudios verteilt im gesamten Sendgebiet. Die Ebene der Landesfunkhäuser und Regionalstudios ist den Mehrländeranstalten vorbehalten. Für jedes Bundesland in ihrem Sendgebiet ist ein Landesfunkhaus zuständig. Natürlich gibt es hier mehrere Regionalstudios, um eine flächendeckende regionale Berichterstattung zu gewährleisten. Als eine weitere Ebene der Regionalität können durchaus auch Teile des Fernseh-, in vereinzelten Fällen auch des Hörfunkangebots der ARD

---

<sup>3</sup> vgl. Mürderler 2010, [www.kalenderblatt.de](http://www.kalenderblatt.de), 03.11.2010

bezeichnet werden. Denn vor allem das Programm des Ersten Deutschen Fernsehens (heute: „Das Erste“) besteht zu großen Teilen aus Zulieferungen der Dritten Programme. Damit ergibt sich eine Art Regionalität auch im nationalen öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramm.

### **1.3. Erste Wahl oder Wahlpflicht? – Regionalität in Funk und Fernsehen**

Die Ebenen der Rundfunkregionalität verdeutlichen die Allgegenwärtigkeit regionaler Inhalte und Bezugspunkte in fast allen Bereichen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – soweit es „Das Erste“ und die in der ARD vereinigten neun Landesrundfunkanstalten betrifft.

Tatsache ist allerdings, dass kleinregionale und lokale Berichterstattung im Fernsehen und im Hörfunk bis weit in die siebziger Jahre nahezu bedeutungslos war. Auf regionaler und vor allem lokaler Ebene genoss die Tageszeitung nach Umfragen bis dahin stets das Privileg, führendes und beliebtestes Medium zu sein, obwohl die elektronischen Medien in jeder anderen Hinsicht mehr und mehr Zuspruch erfuhren. Inhaltlich waren die Dritten Programme natürlich seit jeher regional, jedoch lediglich auf Ebene der Landesrundfunkanstalten. Kleinregionale lokale Berichterstattung fand im Grunde nicht statt. Erst Mitte der Siebziger begannen die ersten Rundfunkanstalten damit, ihr Programm auch nach den Bedürfnissen kleinerer regionaler Räume zu gestalten. Unter den Schlagwörtern „Dezentralisierung“ und „Regionalisierung“ wuchs die Bedeutung regionalen Rundfunks nun rapide weiter. Rundfunk wurde zum ebenbürtigen Konkurrenten tagesaktueller Presse in Sachen regionaler Berichterstattung und Regionalfunk gewann an Bedeutung.<sup>4</sup>

Ein kurzer Ausflug in die Hörfunklandschaft der BRD trägt zur Entschlüsselung der Bedeutung von Regionalität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei:

Die deutsche öffentlich-rechtliche Hörfunklandschaft wird von den regionalen Angeboten der einzelnen Landesfunkhäuser bestimmt. Und auch trotz der Neuformation bundesweiter Hörfunksender mit ARD-

---

<sup>4</sup> vgl. Hasebrink 1990, S. 7

Gemeinschaftsprogramm unter dem Namen „Deutschlandradio“ Mitte der 1990er-Jahre, erfuhren nationale Programme im Vergleich zu den regionalen öffentlich-rechtlichen Hörfunkangeboten bis heute recht wenig Popularität. Gehört werden und wurden vor allem die regionalen Hörfunkkanäle. Betrachtet man das öffentlich-rechtliche Hörfunkangebot, ist dieses Ungleichverhältnis einerseits mit dem Charakter der bundesweiten Hörfunkangebote als in erster Linie anspruchsvolle Wort- und Kulturprogramme mit nur wenig Fokus auf leichte Unterhaltung zu begründen. Dagegen hält jedes Landesfunkhaus gleich mehrere Hörfunksender, die sich fast ausschließlich leichter Unterhaltung widmen und damit ein breiteres Publikum ansprechen.<sup>5</sup> Andererseits spielt schlicht die Zahl der öffentlich-rechtlichen „dritten“ Hörfunkprogramme bei dem Popularitätsunterschied eine entscheidende Rolle: Jede Landesrundfunkanstalt verfügt mittlerweile über eine Vielzahl an Hörfunkangeboten. Der NDR als Mehrländeranstalt ist an der Übertragung von insgesamt zwölf Radiokanälen beteiligt. So kann das Publikum ständig zwischen mehreren Unterhaltungs-, Kultur- und Informationsprogrammen wählen und muss auf einen regionalen Bezug dabei zu keiner Zeit verzichten.

Anders verhält es sich im Vergleich zum Hörfunk mit öffentlich-rechtlichem Fernsehen. Die Vormachtstellung des Ersten und Zweiten Deutschen Fernsehens als nationale Fernsehsender im öffentlich-rechtlichen Bereich bleibt in Komparation zu den Dritten Programmen unangefochten, obwohl auch alle Dritten Programme bundesweit über die herkömmlichen Übertragungswege empfangbar sind. Ein Monatstrend aus jüngster Vergangenheit verzeichnet einen Fernsehmarktanteil von 12,0% für „Das Erste“ und 11,8% für das ZDF. Alle neun Dritten Programme schaffen es zusammen nur auf einen Marktanteil von 13,3 %.<sup>6</sup> Dass das regionale Fernsehen der Landesrundfunkanstalten in dieser Einschaltquotenerhebung nur an dritter Stelle steht und seine Popularität sich auf bundesweiter Ebene scheinbar in Grenzen hält, hat zunächst einen geschichtlichen Hintergrund: Die Übertragung der Dritten Programme

---

<sup>5</sup> vgl. Weis/ Richter/ Riedner/ ARD Sales, [www.quotenmeter.de](http://www.quotenmeter.de), Stand: 03.11.2010

<sup>6</sup> DasErste.de (Monatstrend Marktanteile in %), [www.daserste.de](http://www.daserste.de), Stand: 09.08.2010

erfolgte erst ab 1964.<sup>7</sup> „Das Erste“ und das ZDF gab es zu diesem Zeitpunkt bereits. Und auch wenn das Zweite Deutsche Fernsehen erst ein Jahr zuvor in Betrieb genommen worden war, hatte sich zumindest Das Erste Deutsche Fernsehen – bis 1966 noch als NWDR-Fernsehen benannt – bereits über eine Dekade lang als *das* deutsche Fernsehprogramm etablieren können. An diesem Image hat sich bis heute nichts geändert. Der Hauptgrund für das Verhältnis der Einschaltquoten liegt jedoch woanders: Es wurde bereits von der notwendigen Individualisierung des Regionalfunks, sprich seiner Abstimmung auf die jeweilige Region gesprochen. Öffentlich-rechtliches regionales Fernsehen wird – egal auf welcher regionalen Ebene – für das Publikum in einer bestimmten Region produziert. Die norddeutsche Bevölkerung Mecklenburg-Vorpommerns findet somit in ihrem Dritten Programm, dem NDR-Fernsehen einen regionalen inhaltlichen Schwerpunkt in ihrer Region, die Einwohner Bayerns zum Beispiel demzufolge einen eigenen regionalen Schwerpunkt. Der regionale Rundfunk ist angepasst an die Interessen und Bedürfnisse seiner Region. Der regionale Charakter Mecklenburg-Vorpommerns unterscheidet sich von dem Bayerns in vielen Punkten. Daraus folgt, dass der Regionalfunk in Bayern auch andere Bedürfnisse deckt und auf andere regionale Eigenschaften abgestimmt ist als der Regionalfunk Mecklenburg-Vorpommerns. Das in Mecklenburg-Vorpommern lebende Hörfunk- und Fernsehpublikum wird also im Regelfall das Fernsehprogramm des NDR dem des Bayerischen Rundfunks vorziehen. Damit ist die Zielgruppe der Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Hörfunks gleichzusetzen mit der Bevölkerung ihrer jeweiligen Region bzw. ihres jeweiligen Bundeslandes. Mit Fokus auf die Bundesrepublik ist diese Zielgruppe relativ klein. Im Gegensatz dazu richten sich „Das Erste“ und das ZDF an die gesamte Bevölkerung der Bundesrepublik und haben damit eine weit größere Zielgruppe. So entsteht die im direkten Vergleich unterschiedliche Quotenverteilung.

Was aber muss der Regionalfunk mit sich bringen? Welche Aufgaben muss er durch sein Programm in der Region wahrnehmen und welche programminhaltlichen Aspekte entscheiden über seinen Erfolg und eine große Beliebtheit beim Publikum?

---

<sup>7</sup> vgl. Gruber 2004, [www.dradio.de](http://www.dradio.de), „KalenderBlatt“ vom 22.9.2004

#### **1.4. Das Erfolgsrezept „Unser Programm“**

Als regionale Berichterstatter haben die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanbieter freilich wichtige gesellschaftliche Funktionen. Natürlich hat der Regionalfunk die Aufgabe, die Bevölkerung einer Region kritisch reflektierend über das alltägliche Geschehen in dieser Region zu unterrichten und die Bürger damit an den sie betreffenden wichtigen Entscheidungen politischer, wirtschaftlicher und kultureller Natur teilhaben zu lassen. Diese Funktion gilt zwar auch für den Rundfunk auf nationaler Ebene. In Regionen allerdings, in denen es sonst nur wenige Berichterstatter, vielleicht nur eine Tageszeitung gibt, wird diese Aufgabe für den regionalen Rundfunk umso bedeutungsvoller: Der öffentlich-rechtliche Regionalfunk schützt vor einseitiger Meinungsbildung und bietet den Bürgern eine kritische und unabhängige, weil öffentlich-rechtliche, Alternativmöglichkeit, um sich zu informieren; sei es über das örtliche Geschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur oder auch „nur“ die Gelegenheit, Ratgeberangebote und Veranstaltungstipps wahrzunehmen. In diesem Zuge sieht und hört das Publikum Dinge, die es kennt, Dinge aus der Region: Orte, Events, Menschen, mit denen es selbst persönliche Erfahrungen verbindet, mit denen es zuletzt auch die Region in Zusammenhang bringt.<sup>8</sup> Regionaler Rundfunk fördert die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Region. Und Identifikation ist ein zentraler, wenn nicht sogar der wichtigste Aspekt, den es zu berücksichtigen gilt, will man die enge Beziehung zwischen regionalem Publikum und regionalem Rundfunk analysieren. Die Ansprüche, welche die Bevölkerung einer Region an ihren Regionalfunk stellt, zielen in der Regel zu einem großen Teil genau darauf ab. Der Identifikation ist selbstverständlich nicht Genüge getan, wenn dem Publikum schlicht regionale Informationen präsentiert werden. Das sogenannte „Wie“ der Präsentation ist von enormer Bedeutung. Um dieses „Wie“ allerdings optimal gestalten zu können, ist es für Rundfunkschaffende wichtig, mit „ihrer“ Region und den Menschen dort vertraut zu sein. Er muss sozusagen „einer von ihnen“ sein. Oft ist das tatsächlich der Fall, denn in den Rundfunkhäusern, -anstalten und Regionalstudios arbeiten natürlich nicht selten Menschen aus der Region. Gerade in programminhaltlicher Hinsicht ist das ein großer Vorteil, denn

---

<sup>8</sup> vgl. Hasebrink 1990, S. 7-8

Redakteure und Autoren müssen sich nicht erst mühsam in die politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Strukturen einer Region einarbeiten, sondern können auf jahre- bzw. jahrzehntelange Erfahrung zurückgreifen. Kennen die Rundfunkschaffenden ihre Zielgruppe ganz genau, können schneller und treffsicherer Themen ausgewählt werden, die eine hohe Relevanz für das Publikum haben. Das Erkennen und Wiedererkennen von z.B. Orten, Personen oder Veranstaltungen aus der eigenen Region ist dabei sehr wichtig: Geschichten, die Einblicke in das Leben der Menschen in einer Region gewähren, tragen zur Identifikation der Bevölkerung mit dem Rundfunk einen ebenso erheblichen Teil bei wie eine kritische Berichterstattung zu Gunsten einer genauen Aufklärung und damit verbundenen Hilfeleistung für die Bevölkerung. Im besten Falle entsteht dadurch ein enges Verhältnis zwischen Publikum und Rundfunk, in dem das Publikum den Rundfunk nicht mehr nur als wichtige Informationsquelle betrachtet, sondern auch als Plattform, um sich und seinen Anliegen in der Öffentlichkeit Gehör zu verschaffen: Der regionale Rundfunk als Sprachrohr für seine Region. Gerade Umfragen zu relevanten Themen vor allem im Hörfunk aber auch im regionalen Fernsehen werden so verstärkt vom Publikum genutzt. Oft wird das Verhältnis auch so eng, dass das Potential sehr genauen und kritischen „Überwachens“ des regionalen Rundfunks seitens des Publikums rapide ansteigt. Die Anteilnahme äußert sich verstärkt durch das In-Kontakt-treten des Publikums – in Form von Briefen, Telefonanrufen und e-Mails – mit ihrem regionalen Rundfunkanbieter. Es wird so von der Bevölkerung einer Region aktiv mit positiver wie negativer Kritik, mit Anregungen oder Fragen auf das Rundfunkprogramm reagiert.

Gelingt ein solcher Identifikationsprozess, erfreut sich also das regionale Rundfunkprogramm in seiner Region sehr großer Beliebtheit, ist sein Publikum durchaus bereit, eine ganz bestimmte Art von Gegenleistung zu bringen, die den Rundfunkschaffenden in einer Region von sehr großer Hilfe sein kann: Es ist gern bereit mit ihnen zusammenzuarbeiten. Selbstverständlich hängen die Programminhalte vor allem des regionalen Fernsehens maßgeblich von der Kooperationsbereitschaft der regionalen Bevölkerung ab. Um über die Region und seine Menschen berichten zu können, müssen die Bürger bereit sein, dem Rundfunk Einblick in ihr Leben zu gewähren. Sind es nicht gerade Firmen oder Veranstalter, die sich von der Fernseh- bzw. Hörfunkpräsenz die große Werbechance

versprechen und deshalb bereitwillig mitarbeiten, haben die Rundfunkschaffenden es mit Privatpersonen zu tun. Nur wenn das Verhältnis zwischen Region und regionalem Rundfunk eng und positiv ist und die Arbeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieters nicht nur gern und viel konsumiert wird, sondern von seinem Publikum in der Bevölkerung auch mit Respekt und Wohlwollen betrachtet wird, wenn also der Identifikationsprozess geglückt ist und die Menschen den Rundfunk ihrer Region als „ihr Programm“ betrachten, sind sie gern bereit diesem „ihren“ Rundfunk bei der Arbeit auch entgegenzukommen.

Das Maß der Identifikation mit dem regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter wird auch dadurch gesteigert, dass die neun Rundfunkanstalten und auch die Funkhäuser in den Regionen teilweise wichtige Arbeitgeber sind, denn sie unterhalten dort eine Vielzahl von Arbeitsplätzen. Damit integriert sich der Rundfunkanbieter in die wirtschaftliche Infrastruktur der Region, ist manchmal sogar ein nicht unerhebliches Standbein der lokalen Wirtschaft.<sup>9</sup> Gerade in sehr ländlichen Regionen sind Landesrundfunkanstalten bzw. Landesfunkhäuser die bedeutendsten Arbeitgeber in der lokalen Branche audiovisueller Medienproduktion. Kleinere Produktionsfirmen dieses Bereiches, von denen es in Großstädten jede Menge gibt, könnten ohne die Aufträge der Landesrundfunkanstalten und Landesfunkhäuser in solchen ländlichen Gebieten nicht fortbestehen.

Dieser allgemeine Blick auf die geschichtliche Entwicklung des öffentlich-rechtlichen regionalen Rundfunks bis hin zum Ausmaß seiner heutigen Bedeutung scheint zunächst recht umfangreich. Doch ist er die notwendige Grundlage für einen konkreteren Blick auf das Regionalfernsehen des Norddeutschen Rundfunks.

---

<sup>9</sup> vgl. Hasebrink 1990, S. 8

## **2. Das regionale Fernsehen des Norddeutschen Rundfunks**

Aus dem vorangegangenen Kapitel ist bereits ersichtlich, dass es sich beim Norddeutschen Rundfunk nicht nur um eine der größten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten handelt, sondern außerdem um eine der insgesamt vier Mehrländeranstalten, zuständig für die Bundesländer Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern. Damit ist der NDR die Mehrländeranstalt mit den meisten Bundesländern innerhalb seines Sendegebietes. Er verzeichnet aktuell jährliche Erträge und Aufwendungen und von je rund 1 Mrd. €<sup>10</sup> und beschäftigt ca. 3600 Angestellte. Die Zahl der freien Mitarbeiter ist gut und gern geschätzt dreimal so hoch. Ein Großteil von ihnen arbeitet in der regionalen Berichterstattung<sup>11</sup> – vorausgesetzt man betrachtet alle Ebenen der Regionalität zur gleichen Zeit.

Die geschichtlichen Wurzeln des NDR als regionaler Rundfunksender reichen weit in die Entstehungsgeschichte des deutschen Rundfunks zurück. NORAG, die Norddeutsche Rundfunk-Aktiengesellschaft (so hieß der erste „Vorläufer“ des Norddeutschen Rundfunks), war noch lange nicht öffentlich-rechtlich und vereinte die regionalen Rundfunksender Hamburg, Bremen, Kiel, Hannover und Flensburg. Die durch die alliierten Besatzungsmächte nach Ende des II. Weltkrieges eingesetzte Dezentralisierung des Rundfunks und Bildung einer öffentlich-rechtlichen Struktur führten im Herbst 1945 schließlich zur Gründung des Nordwestdeutschen Rundfunks, NWDR<sup>12</sup>, der nicht nur die norddeutschen Regionen Westdeutschlands mit Rundfunk versorgte, sondern auch das Bundesland Nordrhein-Westfalen und – bis ins Jahr 1954 – Westberlin.

Er stand anfangs unter britischer Herrschaft und wurde 1948 dem deutschen Volk übergeben. Regionale Sender gab es zu diesem Zeitpunkt selbstverständlich immer – in der Regel waren dies die ehemaligen Reichssender der Nationalsozialisten. 1955 spaltete sich schließlich der NWDR in den NDR und den WDR auf, jene zwei Rundfunkanstalten, die

---

<sup>10</sup> vgl. NDR.de 2008, Ergebnis der 370. Rundfunkratssitzung, [www.ndr.de](http://www.ndr.de)  
Stand: 29.01.2009

<sup>11</sup> Nach Auskunft des Personalbüros des NDR im LFH Schwerin

<sup>12</sup> vgl. Köhler (Hrsg.) 1991, S. 13f, S. 114f



auch noch heute – als zwei der größten deutschen Landesrundfunkanstalten – Bestand haben.<sup>13</sup>

Regionalfernsehen spielte zu diesem Zeitpunkt natürlich noch keine Rolle. Ein Drittes Programm des NDR startete erst gut zehn Jahre später im Januar 1965 aus der Landesrundfunkanstalt in Hamburg und in Zusammenarbeit mit Radio Bremen und dem Sender Freies Berlin (SFB). Und obwohl es bereits frühzeitig Landesfunkhäuser auch in Niedersachsen und Schleswig-Holstein gegeben hatte, sollten noch einige Jahre vergehen, bis auch der Norddeutsche Rundfunk verstärkt Wert auf kleinregionale Berichterstattung bzw. die Einführung von entsprechenden Hörfunk- und Fernsehangeboten legen würde. Erst Anfang 1981 gingen mit „NDR 1 Radio Niedersachsen“ aus Hannover, „NDR Hamburg-Welle“ aus Hamburg und „NDR 1 Welle Nord“ aus Kiel die ersten Hörfunkvollprogramme für die einzelnen Bundesländer im Sendegebiet auf Sendung.<sup>14</sup> Wiederum vier Jahre später erfuhr auch endlich das Dritte Programm des Norddeutschen Rundfunks eine Regionalisierung. Das bisher von allen Landesrundfunkhäusern gemeinschaftlich gestaltete und zentral von der Landesrundfunkanstalt verantwortlich getragene regionale Fenster mit Namen „Nordschau-Magazin“ (ebenfalls Teil des regional geschalteten Vorabendprogramms des Ersten Deutschen Fernsehens) hatte zwar bereits bundeslandbezogene regionale Themenschwerpunkte, für die Bedürfnisse an regionaler Berichterstattung der Zuschauer aus drei Bundesländern war das allerdings noch lange nicht ausreichend. Auf Drängen vor allem von Schleswig-Holsteins und Niedersachsens Landesregierungen führte der NDR fortan drei zwanzigminütige Regionalmagazine ein, die ab 19.25 Uhr jeweils aus den drei Landesfunkhäusern gesendet wurden.<sup>15</sup> „Hallo, Niedersachsen“, das „Hamburger Journal“ und das „Schleswig-Holstein Magazin“ waren und sind noch heute das Herzstück des NDR-Regionalfernsehens und natürlich auch der regionalen Programmfenster.

---

<sup>13</sup> vgl. Redaktion ARD Jahrbuch (Hrsg.) 2010, Auszüge aus „Das ABC der ARD“, [www.ard.de](http://www.ard.de), Stand: 03.11.2010

<sup>14</sup> vgl. Redaktion ARD Jahrbuch (Hrsg.) 2010, Auszüge aus „Das ABC der ARD“, [www.ard.de](http://www.ard.de), Stand: 03.11.2010

<sup>15</sup> vgl. Köhler (Hrsg.) 1991, S. 385-390

Mit der Unterzeichnung des NDR-Rundfunkstaatsvertrages seitens der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommerns trat dieses – offiziell – am 1. März 1993 dem Norddeutschen Rundfunk bei. Der gezielten Vorbereitungen für eine Rundfunkversorgung in Mecklenburg-Vorpommern nach der deutschen Wiedervereinigung ist es jedoch zu verdanken, dass bereits in der Nacht auf den 1. Januar 1992 der NDR auch von dort mit seinen Hörfunkprogrammen und seinem Dritten Programm „N3“ auf Sendung gehen konnte.<sup>16</sup> Damit erweiterte sich nicht nur das Sendegebiet des Norddeutschen Rundfunks. Der Zuwachs Mecklenburg-Vorpommerns zum Sendegebiet bedeutete auch den Zuwachs eines neuen Publikums mit Verlangen nach einem eigenen regionalen Rundfunk. Diesem Verlangen wurde im Hörfunkbereich mit „NDR 1 Radio MV“ und im Fernsehbereich mit einem eigenen regionalen Magazin, dem „Nordmagazin“, entgegengekommen.

Seit Einführung der Ländermagazine im regionalen NDR-Fernsehen in den achtziger Jahren hat sich an deren Form nur sehr wenig geändert. Mittlerweile sind sie etwas länger, die Sendezeiten haben sich verschoben und neue Formate sind hinzugekommen. Die regionalen Programmfenster sind im Allgemeinen etwas größer geworden und natürlich haben sich auch die Designs der Sendungen mit der Zeit verändert.

Doch die – wenn auch nur geringfügige – Ausweitung der regionalen Fernsehprogrammfenster und ihr fester Platz im Vorabendprogramm des NDR Fernsehens seit, mit Ausnahme vom NDR-Rundfunk in Mecklenburg-Vorpommern, nunmehr über 25 Jahren unterstreichen die Relevanz regionaler Berichterstattung nicht nur im Norddeutschen Rundfunk.

## **2.1. Die Landesrundfunkhäuser**

Sie sind die Säulen, auf denen das Programm des NDR Fernsehens steht. Diese Aussage nimmt voraus, dass sie sich dabei nicht nur auf die Produktionen für die vier regionalen Fernsehprogrammfenster bezieht, sondern auf den gesamten Inhalt des NDR Fernsehprogramms. Denn mit einigen Ausnahmen wird der Großteil dieses Fernsehprogramms

---

<sup>16</sup> vgl. Zänger 1995, S. 63, 72-75

innerhalb der vier Landesfunkhäuser generiert. Im Falle Hamburgs ist das Landesfunkhaus natürlich in die Zentrale, die NDR-Landesrundfunkanstalt, integriert. Im ersten Kapitel dieser Arbeit war die Rede von verschiedenen Ebenen der Regionalität und davon, dass das Dritte Programm des Norddeutschen Rundfunks zu großen Teilen aus regional gefärbten Inhalten besteht. Die regionalen Fernsehprogrammfenster stellen dabei nur den tagesaktuellen Programmteil mit dem kleinstregionalen Zielgruppen- und Interessenfeld dar. Doch auch viele andere Formate, die – teils eigenverantwortlich, teils in der Gemeinschaft – von den Landesfunkhäusern produziert werden, haben große regionale Relevanz, zumeist auf Ebene der Region Norddeutschland. Es gibt zahlreiche Reportageformate mit regionalem Bezug oder moderierte touristische Formate wie „Lust auf Norden“, den „Hanseblick“ oder den „Ostseereport“.

Natürlich bedeuten die zahlreichen Fernseh- und Hörfunkproduktionen und nicht zuletzt auch – obwohl es bei dieser Analyse kaum eine Rolle spielen wird – die regionalen Online-Präsenzen des NDR einen hohen Personalbedarf; zum einen in der Verwaltung und zum anderen im Bereich der inhaltlichen Gestaltung des Rundfunkangebotes. Die Landesfunkhäuser verfügen jeweils über mehrere Regionalstudios, aufgeteilt im gesamten Bundesland, die – ist die Rede von den regionalen Fernsehprogrammfenstern – Inhalte zwar in den Studios umsetzen und produzieren, diese aber dann an die Landeshauptstädte schicken, wo in den Landesfunkhäusern die regionalen Ländermagazine produziert und übertragen werden. Das Arbeitsprinzip ist in der Regel immer dasselbe. Darin unterscheiden sich die verschiedenen vier Häuser nicht voneinander.

### **2.1.1. Der NDR in Hamburg**

Es liegt nahe, dass das Landesfunkhaus des Bundeslandes und damit der freien Hansestadt Hamburg in die NDR-Landesrundfunkanstalt integriert ist. Seinen Hauptsitz mit der Verwaltungs- und der Hörfunkabteilung hat das Landesfunkhaus im Hamburger Stadtteil Harvestehude an der Rothenbaumchaussee. Hier befinden sich auch die Verwaltung und die Hörfunkabteilung der NDR-Landesrundfunkanstalt. Da der Norddeutsche

Rundfunk hier allerdings auf zwei Standorte verteilt arbeitet und die Abteilung Fernsehen sich nicht in Harvestehude, sondern stattdessen in Lokstedt befindet, folgt auch das Landesfunkhaus dieser Aufteilung. Hier unterscheidet sich der Hamburger NDR deutlich von den Landesfunkhäusern in Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.

Ausflüge in die Geschichte des Rundfunks und im Speziellen in die des NDR haben gezeigt, dass dem Standort Hamburg ebenfalls in geschichtlicher Hinsicht eine besondere Rolle zukommt. Mit der Gründung der NORAG in den 1920er Jahren als eines der ersten deutschen Rundfunkanbieter oder der Entstehung des Nordwestdeutschen Rundfunks nach dem zweiten Weltkrieg als Galionsfigur des neuen, dezentralen und öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Bundesrepublik<sup>17</sup> hat sich Hamburg in der Erfolgsgeschichte des deutschen Rundfunks mehr als verdient gemacht.

Das Funkhaus beinhaltet im Wesentlichen die Programmbereiche Fernsehen und Hörfunk, in denen redaktionell die regionalen Programminhalte vorbereitet und besprochen werden. Hier arbeiten die Redakteure und freien Autoren, hier werden die Sendungen inhaltlich zusammengesetzt. Ferner gibt es sowohl für den Hörfunk- als auch den Fernsehbereich Produktionseinrichtungen, in denen die Fertigstellung und schließlich auch die Sendung der regionalen Programminhalte erfolgt. Darüber hinaus existiert natürlich eine Verwaltungsebene, zu der die Verwaltungs- bzw. Funkhausdirektion und selbstverständlich auch die Produktionsplanung gezählt werden kann.

Da der auf das Sendegebiet bezogene Zuständigkeitsbereich Hamburg flächenmäßig im Gegensatz zu den anderen drei zu versorgenden Bundesländern überaus gering ist, existieren neben dem Landesfunkhaus keine weiteren Regionalstudios in der Hansestadt. Die Einsatzorte für die regionale Berichterstattung sind von den Berichterstattern aus Harvestehude und Lokstedt gut zu erreichen. Es ist somit das einzige der vier Landesfunkhäuser ohne weitere regionale Standorte im Sendegebiet.

---

<sup>17</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 16

Für das Landesfunkhaus Hamburg arbeiten über 140 fest angestellte und viele freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ca. 1,8 Millionen Menschen<sup>18</sup> in rund 981000 Haushalten (Stand 2009) mit regionalem Rundfunk versorgen.<sup>19</sup>

Das regionale Hörfunkprogramm des Hamburger Landesfunkhauses heißt „NDR 1 90,3“. Mit seiner musikalischen Mischung aus Schlagern, Oldies aus aller Welt und aktuellen Popsongs setzt es sich seit vielen Jahren als einer der beliebtesten Radiosender der Hamburger gegen mittlerweile über 30 andere Stationen in der Hansestadt durch. Weiterhin kümmert sich eine Online-Redaktion innerhalb des Funkhauses um die regionalen Internetauftritte des NDR Hamburg. Dazu gehören die Webpräsenzen des regionalen Fernsehprogrammfensters und die des Radioprogramms „NDR 1 90,3“ innerhalb der NDR-Homepage. Hier wird nicht nur das Format bzw. der Sender vorgestellt und auf kommende und vergangene Sendungen hingewiesen, sondern vor allem eine Plattform für regionale Nachrichten bereitgestellt, die von den Online-Redakteuren dort tagesaktuell zusammengetragen werden.

Ein Publikum, das zu einem Großteil aus Bewohnern einer der großen und pulsierenden Metropolen Deutschlands besteht, ist nach eigenen Angaben eine ständige Herausforderung für einen regionalen Rundfunk. Wie sehr sich das Hamburger Publikum von dem der anderen drei Bundesländer unterscheidet, soll allerdings erst im späteren Verlauf dieser Analyse betrachtet werden.<sup>20</sup>

### **2.1.2. Der NDR in Schleswig-Holstein**

Als nördlichstes Bundesland der BRD umschließt Schleswig-Holstein die Freie und Hansestadt Hamburg und damit auch das Sendegebiet des Norddeutschen Rundfunks dort. Mit einer Größe von rund 15800 Quadratkilometern ist es mehr als zwanzig Mal so groß wie Hamburg, hat aber nur etwas über eine Millionen mehr Einwohner als die Hansestadt. Im

---

<sup>18</sup> vgl. NDR (Hrsg.) o.J., S. 65-66

<sup>19</sup> Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Ergebnis des Mikrozensus) 2008, [www.statistik-portal.de](http://www.statistik-portal.de), Stand: 03.11.2010

<sup>20</sup> vgl. NDR (Hrsg.) o.J., S. 65-66

Gegensatz zum urbanen Hamburg gibt es hier neben florierenden Handelsstädten wie Lübeck und Kiel auch großflächig schwächer strukturierte ländliche Regionen.

Die Geschichte des Norddeutschen Rundfunks in Schleswig-Holstein ist allerdings fast so alt wie die in Hamburg. 1950 – damals noch als NWDR – begann die enge Beziehung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit seinem Bundesland. In Flensburg war das erste und nördlichste Rundfunkstudio eingerichtet und diente neben der Rundfunkversorgung der Schleswig-Holsteiner so noch einem anderen Zweck: Als „Brückenpfeiler zu Dänemark“<sup>21</sup> wurde das Studio in Flensburg damals betrachtet und bis heute legt der Norddeutsche Rundfunk Schleswig-Holstein großen Wert auf eine gute Beziehung zum deutschen Nachbarland. Mittlerweile steht ein Landesfunkhaus für Schleswig-Holstein in Kiel. Die Aufteilung in verschiedene Programmbereiche und Verwaltungsabteilungen gleicht der des Landefunkhauses in Hamburg; mit dem Unterschied, dass sowohl der Programmbereich Fernsehen als auch der Programmbereich Hörfunk zusammen mit einer Verwaltung im gleichen Standort untergebracht worden sind. Es gibt eine eindeutig festgelegte NDR-Zentrale in Kiel. Allerdings erfordert die Fläche des Bundeslandes – wie auch im Fall Niedersachsens und Mecklenburg-Vorpommerns und im Gegensatz zu Hamburg – die Einrichtung mehrerer Regionalstudios im Land, um flächendeckend regionale Berichterstattung gewährleisten zu können. Von Norderstedt, Lübeck, Flensburg und Heide aus werden regionale Rundfunkinhalte generiert und teilweise auch von dort gesendet. Der andere Teil wird ins Landesfunkhaus nach Kiel übermittelt, um dort weiterverarbeitet und versendet zu werden. Der NDR Schleswig-Holstein beschäftigt rund 300 angestellte<sup>22</sup> und eine Vielzahl freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Der regionale Radiosender des Norddeutschen Rundfunks in Schleswig-Holstein heißt „NDR 1 Welle Nord“, ist analog im gesamten Sendegebiet und digital natürlich auch darüber hinaus empfangbar. Das angebotene Programm ähnelt vor allem in der musikalischen Ausrichtung dem von

---

<sup>21</sup> NDR (Hrsg.) o.J., S. 154-156

<sup>22</sup> vgl. NDR (Hrsg.) ca. o.J., S. 154-156 und nach Auskunft des Personalbüros des NDR im LFH Kiel, 03.11.2010

„NDR 1 90.3“, Hamburgs regionalem Radiosender. „NDR 1 Welle Nord“ widmet sich neben Inhalten mit Bezug auf das Nachbarland Dänemark verstärkt mit mehreren plattdeutschen Sendeformaten außerdem des Erhalts der niederdeutschen Sprache. Für einen öffentlich-rechtlichen regionalen Radiosender, dessen Aufgabe es ist, alle Teile der regionalen Bevölkerung seines Sendegebiets zu repräsentieren, sind solche Programminhalte absolut notwendig. Auf diesem Feld erfolgt nicht selten auch die Zusammenarbeit mit den anderen regionalen NDR-Radioprogrammen, in denen das Plattdeutsche ebenfalls eine Rolle spielt.<sup>23</sup>

Die Webpräsenzen des NDR Schleswig-Holstein decken sich mit denen des NDR Hamburgs und – wie im weiteren Verlauf dieser Analyse zu erkennen sein wird – den beiden übrigen Landesfunkhäusern. Der NDR Schleswig-Holstein beschäftigt für die Betreuung seiner Webpräsenzen ebenfalls eine eigene Online-Redaktion.

„In Schleswig-Holstein zu Hause“ lautet ein Werbeslogan des NDR dort und verweist damit nicht nur auf seine regionale Marketingstrategie, sondern auch auf seine großen Bemühungen um einen hohen Stellenwert bei der Bevölkerung als regionaler Berichterstatter.

### **2.1.3. Der NDR in Niedersachsen**

Niedersachsen ist das größte der vier Bundesländer im NDR Zuständigkeitsbereich. Es ist weitläufig, erstreckt sich von Süd nach Nord vom Harz bis zu den ostfriesischen Inseln. Das bedeutet für den NDR als öffentlich-rechtlicher regionaler Berichterstatter eine besondere Herausforderung. Es gilt alle regionalen Bevölkerungsgruppen zu vertreten und in der Berichterstattung zu berücksichtigen. Im Fall Niedersachsen gibt es aufgrund seiner geografischen Lage und Größe wohl die größten regionalen Unterschiede innerhalb der Bevölkerung dort.

In seiner Unternehmensstruktur unterscheidet sich der NDR in Niedersachsen nicht von der in den anderen Landesfunkhäusern. Es gibt entsprechende Programm- und Produktionsbereiche und natürlich einen

---

<sup>23</sup> vgl. NDR (Hrsg.) o.J., S. 155

eigenen Verwaltungsapparat. Die Größe des Bundeslandes erfordert allerdings ein Mehraufgebot von Standorten innerhalb des Sendegebiets. Neben der Zentrale in Hannover, sind vier Regionalstudios und mehrere sogenannte NDR-Korrespondentenbüros eingerichtet worden. Studios befinden sich in Lüneburg, Göttingen, Oldenburg und Braunschweig, die Korrespondentenbüros in Otterndorf/Niederelbe, Vechta, Verden, Hameln, Wilhelmshaven und Lingen im Emsland.

In seiner Rundfunkgeschichte steht der NDR Niedersachsen den Standorten Hamburg und Schleswig-Holstein in nichts nach. Das Funkhaus wurde bereits 1951 fertig gestellt und Hannover selbst spielte als Betreiber eines Nebensenders der NORAG bereits seit Mitte der 1920er Jahre eine große Rolle als deutscher Rundfunkstandort.<sup>24</sup> Heute beschäftigt der NDR Niedersachsen insgesamt rund 600 fest angestellte<sup>25</sup> sowie pro Jahr mehr als 1000 verschiedene freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter<sup>26</sup> und spielt innerhalb des gesamten Norddeutschen Rundfunks eine besondere Rolle. Zum einen wird von Hannover aus das Kulturradioprogramm NDR Kultur für das gesamte Sendegebiet des Norddeutschen Rundfunks produziert und gesendet und zum anderen ist der Standort Niedersachsen nach der Landesrundfunkanstalt in Hamburg der größte und wichtigste Aus- und Fortbildungsstandort des Norddeutschen Rundfunks.<sup>27</sup>

Der regionale Rundfunksender des NDR in Niedersachsen trägt den Namen „NDR 1 Niedersachsen“. Wie auch in Schleswig-Holstein und in Mecklenburg-Vorpommern, handelt es sich dabei um ein Landesprogramm, das in der Hauptsache zwar aus der Zentrale sendet, in Teilen – insbesondere im Nachrichtensegment – Programm aus den einzelnen Regionalstudios zuschaltet. Neben den Wortbeiträgen wird ein musikalisches Unterhaltungsprogramm ähnlich den anderen Landesradioprogrammen des NDR angeboten: Eine Mischung aus Schlagern und Oldies. Im redaktionellen Online-Bereich machen die Produktionen des NDR Niedersachsens ebenfalls keine Ausnahme zu den anderen

---

<sup>24</sup> vgl. NDR (Hrsg.) o.J., S. 120-121

<sup>25</sup> Nach Auskunft des Personalbüros des NDR im LFH Hannover, 03.11.2010

<sup>26</sup> Nach Auskunft der Abteilung für Honorare u. Lizenzen des NDR im LFH Hannover, 03.11.2010

<sup>27</sup> vgl. NDR (Hrsg.) o.J., S. 120-121



Landesfunkhäusern. Außerdem gibt es Websites sowohl für „NDR 1 Niedersachsen“ als auch das regionale Fernsehprogrammfenster.

Die emotionale Anbindung der Bevölkerung an ihr regionales öffentlich-rechtliches Fernsehprogramm bzw. ihre regionale öffentlich-rechtliche Berichterstattung gestaltet sich für den NDR im weitläufigen und vielseitigen Niedersachsen als schwierige Aufgabe. Die entsprechenden Gründe und Auswirkungen werden Gegenstand dieser Analyse sein.

#### **2.1.4. Der NDR in Mecklenburg-Vorpommern**

Das jüngste „NDR-Land“ ist gleichzeitig das Bundesland im Sendegebiet des Norddeutschen Rundfunks mit der jüngsten Rundfunkgeschichte. Als in Hamburg und kurz darauf auch in Kiel und Hannover die Norddeutsche Rundfunkaktiengesellschaft NORAG in den 1920ern mit ersten regelmäßigen Radiosendungen Rundfunkgeschichte schrieb, spielte Mecklenburg-Vorpommern dabei keine allzu große Rolle. Später gab es zwar einen Raum im Schweriner Schloss, aus dem die NORAG gelegentlich Sendungen übertrug, doch war diese Einrichtung kaum von Bedeutung. An ein deutschlandweites Sendernetz von Rundfunkanbietern war ohnehin noch nicht zu denken, Mecklenburg-Vorpommern als strukturschwache, ländliche Region, ohne norddeutsche urbane Metropolen wie Hamburg, Lübeck oder Kiel stand somit nicht gerade auf der Prioritätenliste, als es darum ging, Rundfunk in Deutschland immer mehr auszuweiten. Tatsächlich gab es bis zum Ende des zweiten Weltkriegs 1945 keine eigenen Rundfunkstudios oder entsprechende sendetechnische Einrichtungen in Mecklenburg-Vorpommern.<sup>28</sup> Erst durch die Zusammenarbeit der Bürger Schwerins, ehemaliger Mitarbeiter aus dem funktechnischen Bereich der Deutschen Reichspost und schließlich der sowjetischen Militärdirektion konnte ein zunächst provisorischer Rundfunksender für die Hauptstadt Mecklenburg-Vorpommerns eingerichtet werden.<sup>29</sup> Noch viel jünger ist die Geschichte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Mecklenburg-Vorpommern, denn dieser hielt erst mit der Angliederung an den Norddeutschen Rundfunk nach der

---

<sup>28</sup> vgl. Zänger 1995, S. 12

<sup>29</sup> vgl. Zänger 1995, S. 12-13

deutschen Wiedervereinigung und Auflösung des DDR Rundfunks Einzug ins Land. Seit dem 1. März 1993 gehört Mecklenburg-Vorpommern zum Sendegebiet des NDR<sup>30</sup> mit einem Hauptsitz in Schwerin und Regionalstudios in Neubrandenburg, Greifswald und Rostock.

Die bereits bekannte Aufteilung des Standortes in verschiedene Programm- und Produktionsbereiche und eine Verwaltungsdirektion lässt sich auch an diesem vierten NDR Standort erkennen.

Der NDR Mecklenburg-Vorpommern beschäftigt derzeit rund 86 freie und genau 280 festangestellte Mitarbeiter<sup>31</sup>, die die regionale Rundfunkversorgung für die rund 855000 Haushalte (Stand 2008)<sup>32</sup> des Bundeslandes gewährleisten. Mecklenburg-Vorpommern ist somit – obwohl das zweitgrößte – das bevölkerungsärmste der vier „NDR Länder“.

Das öffentlich-rechtliche Hörfunklandesprogramm heißt „NDR 1 Radio MV“. Auch dieser Radiosender weist in Programmstruktur und Auswahl der musikalischen Unterhaltung eine große Ähnlichkeit mit den anderen Landesprogrammen des Norddeutschen Rundfunks auf. Mit Einschaltquoten deutlich über einem Marktanteil von 30% rühmt sich der Sender nicht nur als beliebtester Sender im Land sondern darüber hinaus auf seiner Website als „das erfolgreichste Hörfunkprogramm Deutschlands“.<sup>33</sup>

Die Internetauftritte sowohl des Hörfunklandesprogramms als auch des regionalen Programmfenster ähneln denen der anderen Landesfunkhäuser.

Mecklenburg-Vorpommern weist die jüngste NDR-Geschichte aller „NDR-Länder“ auf und somit auch die geringste Zeitspanne, die der Norddeutsche Rundfunk je hatte, um sich innerhalb eines Sendegebietes als regionaler Rundfunkversorger zu etablieren. Trotzdem ist der Impuls nach einer engen Beziehung zu seiner Region außerordentlich hoch.

---

<sup>30</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 18

<sup>31</sup> Nach Auskunft des Personalbüros des NDR im LFH Schwerin

<sup>32</sup> Statist. Amt Meckl.-Vorp. 2009, [www.statistik-mv.de](http://www.statistik-mv.de), Stand: 03.11.2010

<sup>33</sup> NDR.de, [www.ndr.de/radiomv](http://www.ndr.de/radiomv), Stand:13.07.2010

## 2.2. Die regionalen Programmfenster im Überblick

Seit 1985 das gemeinsame regionale NDR-Magazin „die Nordschau“ im Zuge der von den Landesregierungen geforderten Regionalisierung des Fernsehprogramms gegen individuell von den Landesfunkhäusern produzierte und zur Verantwortung getragene Fernsehprogrammfenster ausgetauscht wurde<sup>34</sup>, hat sich die regionale Vorabendunterhaltung des NDR Fernsehens bis heute geringfügiger gewandelt, als vielleicht angenommen werden könnte. Im Laufe der Zeit wurden Formate verlängert, neu konzipiert, ein- und in vereinzelt Fällen auch wieder abgesetzt. Doch das Grundanliegen der Länder, bzw. die Idee des Norddeutschen Rundfunks dahinter heißt Ländermagazin und daran hat sich seit Einsetzen derselben und auch mit dem NDR-Beitritt Mecklenburg-Vorpommerns im Jahr 1993 bis hin zum heutigen Tage nichts geändert.

Das Ländermagazin war und ist das Herzstück der vier regionalen Fernsehprogrammfenster des Norddeutschen Rundfunks. Und das seit nunmehr 25 Jahren. Eine solch lange Sendetradition und letztendlich auch der Sendeplatz stets in großer, heute in unmittelbarer Nähe zur „Tagesschau“ erwecken nicht nur den Eindruck des regionalen Programmfensters als Erfolgskonzept, sondern unterstreichen – und hier kommt der öffentliche Auftrag des NDRs als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt zum Tragen – die absolute Notwendigkeit der Gewährleistung regionaler Fernsehberichterstattung.

In der Vergangenheit hat es programmgeschichtlich im NDR-Fernsehen immer wieder kurze regionale Formate gegeben, die neben den jeweiligen Ländermagazinen einen Fokus vor allem auf regionale Nachrichten setzen. In diesem Bereich ist mit Blick auf die Vergangenheit zwar eine relative, aber dennoch längst nicht so stabile Kontinuität wie im Bereich der Ländermagazine zu erkennen. Hier hat es die angesprochenen vereinzelt Fälle von Absetzung und Neueinsetzung diverser Sendungen gegeben. Allerdings scheint die Sendeleitung des Norddeutschen Rundfunks mit der derzeitigen Situation – den zusätzlichen regionalen Kurzmagazinen, in dieser Form bestehend seit einigen Jahren – recht

---

<sup>34</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 17

zufrieden zu sein. Beide Formate als Einheit betrachtet, bilden das regionale Fernsehprogrammfenster des jeweiligen NDR-Bundeslandes.

### **2.2.1. Programmstruktureller Ablauf, inhaltlicher Aufbau und Eingliederung in das NDR-Vollprogramm**

Die Entscheidung eine Sendung einem bestimmten Sendeplatz zuzuweisen, hängt unter anderem von zwei grundlegenden sich wechselseitig beeinflussenden Faktoren ab. Zum einen spielt die Größe der Akzeptanz und des Interesses seitens des nach Zielgruppenorientierung angesprochenen Publikums eine wesentliche Rolle. Zum anderen spielt eine Rolle, wie viel Menschen zahlenmäßig angesprochen werden können.

Wird das regionale Fernsehprogrammfenster ins Vorabendprogramm gesetzt, spricht es viele Menschen an, weil in der Zeitspanne von 17 Uhr bis 20 Uhr die Zahl derer, die ihren Fernseher einschalten, deutlich ansteigt. Gibt es darüber hinaus ein hohes Interesse beim angesprochenen Publikum, ist eine hohe Einschaltquote gewährleistet und damit auch der Fortbestand des Sendeplatzes. Hält sich allerdings die Akzeptanz des Programms trotz eines großen Publikums in Grenzen, lohnt sich für dieses Programm ein solcher Sendeplatz nicht. Es wird – sofern der Fortbestand der jeweiligen Sendung erwünscht bzw. deren Existenz im Rundfunkstaatsvertrag festgeschrieben ist – ein anderer Sendeplatz gefunden oder die Sendung möglicherweise wieder abgesetzt. Die regionale Berichterstattung ist ein wichtiger Teil des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, soll – regional betrachtet – ein breites und großes Publikum ansprechen und hat über weite Strecken eine hohe Akzeptanz bei diesem. Dementsprechend ist ein Programmplatz im Vorabendprogramm sinnvoll und notwendig. Gerade auch die unmittelbare Nähe der Ländermagazine zur „Tagesschau“ um 20.00 Uhr ist programmstrukturell keineswegs ein Zufall.

Das regionale Programmfenster hat sich beim Publikum des Norddeutschen Rundfunks vor vielen Jahren fest etablieren und seitdem erfolgreich behaupten können und somit hat es einen Sendeplatz bekommen, der seinen Stellenwert im NDR-Fernsehprogramm repräsentiert.

### **2.2.1.1. Regionale Kurzmagazine – Die Kür vor der Pflicht**

Obwohl sich ein Großteil dieser Analyse vor allem mit den vier regionalen Ländermagazinen beschäftigen wird, sind die Kurzmagazine als zweiter wesentlicher Bestandteil der regionalen Fernsehprogrammfenster dennoch von großer Bedeutung. Hier – das heißt werktäglich um 18 Uhr – beginnt die regionale Berichterstattung aus den vier Landesfunkhäusern in Hamburg, Kiel, Hannover und Schwerin: das „Hamburg Journal 18:00“, „Schleswig-Holstein 18:00“, „Niedersachsen 18:00“ sowie „Land und Leute“.

Sie bilden die maximal 15-minütige Vorhut des jeweiligen Ländermagazins und geben einen ersten fundierten Einblick in die aktuellen Geschehnisse der jeweiligen Region.

#### **2.2.1.1.1. Das „Hamburg Journal 18:00“**

Das Kurzmagazin der zweitgrößten Stadt bzw. des zweitkleinsten Bundesland Deutschlands wird aus dem NDR-Fernsehzentrum in Hamburg-Lokstedt gesendet. Es versorgt die Einwohner der Hansestadt und deren angrenzende Gebiete fünfzehn Minuten lang mit Informationen in Form von Nachrichten, Berichten und Reportagen, am jeweiligen Tag erstmals explizit nur über die Region Hamburg. Thematisch gibt sich die Sendung recht vielseitig: Von Politik über Kultur bis zu Meldungen aus dem Bereich Panorama ist die Redaktion um ein breites Spektrum an Themen bemüht. Auffällig ist hier eine relativ große Häufigkeit an Meldungen aus dem Bereich der Verbrechensberichtserstattung. Auch auf anspruchsvolle, oft recht ausführliche Kulturberichte wird offensichtlich großen Wert gelegt. Die Art der Berichterstattung selbst ist eher mit den Begriffen „nüchtern“ und „nachrichtlich“ wohl am treffendsten zu beschreiben. Das Maß an Regionalität ist zwar nahezu absolut. Die unmittelbare Nähe des Formats zu seinem Publikum hält sich allerdings in Grenzen.

Die Sendung schafft allerdings einen deutlichen regionalen Bezug bereits mit ihrem Vorspann. Unter den beruhigenden Klängen des Motivs von

Johannes Brahms<sup>35</sup> sieht der Zuschauer einen Zusammenschnitt aus Bildern von Hamburger Wahrzeichen (Rathaus, Elbphilharmonie etc.) und bekannten Orten in der Hansestadt (Speicherstadt, Containerhafen etc.). Das alles verbunden mit den Farben Königsblau und Rot, den beiden Farben, die auch die Stadt selbst zu ihren repräsentativen Farben gewählt hat. Hier erfolgt definitiv eine optische Identifikation der Sendung mit der Region Hamburg.

Die Bezeichnung der Sendung als Kurzmagazin setzt voraus, dass es sich dabei um ein moderiertes Sendeformat handelt. Immer ein Moderator – momentan besetzt durch Julia-Niharika Sen und Alexander Bommers – führt vom Fernsehstudio aus durch die Viertelstunde Sendezeit, leitet von Beitrag zu Beitrag und gibt immer am Ende der Sendung einen kurzen Ausblick auf das Wetter des Folgetages. Außerdem gehört das Verlesen der Kurzmeldungen zu seinen Aufgaben.

Das Kurzmagazin für Hamburg besitzt innerhalb der Homepage des Norddeutschen Rundfunks eine eigene Webpräsenz mit Hinweisen auf den Inhalt der aktuellen Ausgabe, Verweisen auf die folgende Ausgabe des „Hamburg Journals“ und aktuellen Informationen und Nachrichten aus der Region und außerdem eine Verlinkung zur NDR-Nachrichten-Website für die Region Hamburg. Über den Empfang via herkömmlichen Fernsehgeräts hinaus kann das „Hamburg Journal 18:00“ auch jeden Tag per Video-Livestream und in der NDR-Mediathek geschaut werden. In letztgenannter lassen sich außerdem die Sendungen der vergangenen sieben Tage finden.

#### **2.2.1.1.2. „Schleswig-Holstein 18:00“**

Bei „Schleswig-Holstein 18:00“ kann formal betrachtet nur bedingt von einem Magazin-Charakter gesprochen werden. Es handelt sich zwar um ein werktägliches, moderiertes Format – abwechselnd führen Verena Püschel, Alexandra Drube oder Gerrit Derkowski durch die 15-minütige Sendung. Allerdings wird nicht aus einem Studio heraus moderiert, sondern immer an wechselnden Orten innerhalb des NDR Schleswig-

---

<sup>35</sup> entnommen dem 4. Satz der Ersten Sinfonie (Anm. d. Verf.)

Holstein-Sendegebietes. Die gesamte Sendung wird dann thematisch auf diesen Ort bzw. ein dort befindliches Ereignis ausgerichtet. So ist beispielsweise der Grund für eine Sendung in Bad Segeberg ein sich dort befindendes „Arbeitendes Museum“ – die Wollspinnerei Blunck<sup>-36</sup>, die vom Moderator unter Mithilfe eines zum Drehort bzw. Ereignis zugehörigen Gesprächspartners im Laufe der Sendung vorgestellt wird. Im letzten Drittel des Formats wird von der Moderation ein kurzer Überblick aktueller Nachrichten und des Wetters aus der Region angekündigt, der losgelöst aus dem Sendungsrahmen in bebilderten Kurzmeldungen über aktuelle Geschehnisse in Schleswig-Holstein informiert. Thematisch wird hier redaktionell sehr nachrichtlich nüchtern gearbeitet, es handelt sich um regionale Meldungen vor allem aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Panorama. Kulturnachrichten gibt es kaum. Sonstige Magazinbeiträge wie Berichte oder Kurzreportagen gibt es keine. Die Sendungsthemen hingegen sind breit gefächert und haben stets einen starken regionalen Bezug. In jeder Ausgabe werden Protagonisten direkt aus der Region aktiv ins Sendegeschehen eingebunden und gewähren einen Einblick in ihr Leben, ihre Arbeit, ihre Region. So besucht die oder der Moderator/in in einer Sendung die Reetdachdecker in dem Dorf Strübbel bei Heide<sup>37</sup>, in einer anderen das Landesleistungszentrum der Kunstturner in Kiel.<sup>38</sup>

„Schleswig-Holstein 18:30“ bemüht sich also thematisch um einen engen regionalen Bezug und schließlich auch engen unmittelbaren Kontakt zur Region Schleswig-Holstein und seinen Bewohnern.

Der Sendungsvorspann besteht aus einem schnellen, dynamischen Zusammenschnitt für Schleswig-Holstein typischer Landschaften (blühende Rapsfelder, Wattmeer), dort befindlicher Bauwerke (Lübecker Holstentor, Leuchttürme an der Küste) und mit der Region assoziierbarer Symbole (Wattwanderungen, Segelyachten). Das ganze wird unterlegt mit schneller, aufgeregter Musik. Auch dieses Intro zeugt von den Bemühungen der Sendung um einen starken regionalen Bezug.

„Schleswig-Holstein 18:00“ verfügt über eine sparsame Webpräsenz innerhalb der NDR-Hompage mit nur wenigen Informationen zur aktuellen

---

<sup>36</sup> „Schleswig-Holstein 18:00“, Sendung vom 08.10.2010

<sup>37</sup> „Schleswig-Holstein 18:00“, Sendung vom 12.10.2010

<sup>38</sup> „Schleswig-Holstein 18:00“, Sendung vom 31.08.2010

Sendung und ohne Hinweise auf das folgende „Schleswig-Holstein Magazin“, dafür allerdings mit einem Verweis auf eine vom NDR eingerichtete Nachrichten-Website für die Region Schleswig-Holstein. Die Sendungen können außerdem jeden Tag per Livestream auf der NDR-Homepage gesehen werden. In der Mediathek sind die Sendungen der vergangenen sieben Tage per Stream jederzeit abrufbar.

#### **2.2.1.1.3. „Niedersachsen 18:00“**

„Niedersachsen 18:00“ versteht sich selbst als Nachrichtenmagazin für Niedersachsen. Sinngemäß heißt es so nicht selten auch in der Anmoderation des 15-minütigen regionalen Kurzmagazins gleich nach einem auffallend kurzen, nur mit einer Animation bebilderten Vorspann unter Verwendung von dynamischer Musik, die deutlich an typische Jingles für Nachrichtensendungen erinnert. Das werktäglich gesendete Format ist ein TV-Magazin im herkömmlichen Sinne. Moderiert wird aus einem Studio im Landesfunkhaus in Hannover. Als Moderatoren werden abwechselnd Sandrine Harder, Tim Schlüter und oder Sarah Tacke eingesetzt. Die in der Regel anmoderierten Magazinbeiträge bestehen zu einem großen Teil aus kurzen Berichten, sehr nachrichtlich und sachlich vorgetragen und zumeist aus den Themenbereichen Politik, Wirtschaft und Panorama stammend. Die Sendung ist um eine thematisch und regional möglichst große Vielfalt bemüht. Oft nimmt einen Großteil der tagesaktuellen Meldungen jedoch die Berichterstattung aus den größeren Städten in der Region Niedersachsen ein. Beiträge aus dem Bereich Kultur gibt es nur äußerst selten. Auffällig ist zudem, dass sich die Berichterstattung vornehmlich im Landesinnern abzuspielen scheint. Randgebiete, vor allem die nördlichen Regionen Niedersachsens spielen seltener eine Rolle.

Bei Themen von besonderer Wichtigkeit wird häufig ein Studiogast für ein kurzes Gespräch mit dem Moderator eingeladen. Alternativ dazu wird eine für das Thema relevante Person via Live-Schaltung für ein kurzes Interview unmittelbar nach entsprechendem Bericht in den Sendeverlauf integriert, sodass in jeder Ausgabe „Niedersachsen 18:00“ in der Regel ein Studiogast oder ein Interview via Live-Schaltung eingesetzt ist.



Obwohl die Themen allesamt einen deutlichen regionalen Bezug aufweisen und sich häufig um sehr brisante und die Menschen der Region bewegende Sachverhalte handeln, zu denen ebendiese auch oft und ausführlich zu Wort kommen dürfen (beispielsweise der Tod eines niedersächsischen Bundeswehrsoldaten in Afghanistan im Oktober 2010<sup>39</sup>), kann man dennoch nicht immer von einem hohen Maß an unmittelbarer Nähe zum Publikum sprechen, obwohl die Sendung um die Repräsentation ihrer Region dennoch sichtlich bemüht ist.

Integriert in die Homepage des Norddeutschen Rundfunks gibt es eine Website, auf der man neben allgemeinen Informationen zur Sendung und einem Hinweis zur aktuellen Ausgabe außerdem einen Querverweis zur Info-Website des NDR für Niedersachsen mit aktuellen Nachrichten aus der Region finden kann. Ferner besteht die Möglichkeit die aktuelle Ausgabe von „Niedersachsen 18:00“ täglich über den NDR-Livestream im Internet zu schauen bzw. die Ausgaben der vergangenen sieben Wochentage in der NDR-Mediathek abzurufen.

#### **2.2.1.1.4. „Land und Leute“**

Den ersten Hinweis auf einen starken Bezug der Sendung zu den Bewohner und damit dem Publikum innerhalb des Sendegebietes Mecklenburg-Vorpommern birgt der Name des Formates: „Land und Leute“. Schon hier wird ein direkter Verweis auf die Aufgabe des regionalen Kurzmagazins Mecklenburg-Vorpommerns – nämlich den Menschen in der Region eine Möglichkeit zur Identifikation zu schaffen – überaus deutlich. Der Name „Land und Leute“ ist selbstverständlich auf das Land und die Leute in Mecklenburg-Vorpommern ausgerichtet. Der kurze, mit schneller Popmusik unterlegte Vorspann, in dem in einer animierten Bildmontage für die Region typische Motive aus dem Sendegebiet (Schweriner Schloss, Seebrücke Sellin, Landleben, Tourismus) gezeigt werden, stellt ebenso einen regionalen Kontext her, der daraufhin von der Sendung selbst konsequent aufgegriffen wird, indem die Moderation und ein großer Teil des Sendungsinhaltes von immer einem anderen Ort im Sendegebiet aus geschieht.

---

<sup>39</sup> „Niedersachsen 18:00“, Sendung vom 08.10.2010

Der Ort wird dabei von einer Moderatorin bzw. einem Moderator immer zu einem bestimmten Thema besucht, das die Rahmenhandlung der Sendung bestimmt. Durch die 15 Minuten führen u. a. Anke Harnack, Julia Vismann, Claudia Krüger und Thilo Tautz, die – zusammen mit verschiedenen (mindestens einem, zumeist mehreren) Gesprächspartnern – den Ort selbst oder ein Ereignis an dem Ort vorstellen. Nicht selten fungiert der jeweilige Gesprächspartner, der stets in direkter Beziehung mit dem Ort, dem Ereignis oder mindestens dem Thema steht, als Experte für das jeweilige Thema, der den Moderator bzw. die Moderatorin und somit das Publikum fachmännisch mit themenbezogenen Informationen versorgt. Innerhalb dieser Rahmenhandlung gibt es stets einen jeweils zu verschiedenem Zeitpunkt eingesetzten mehrminütigen Magazinbeitrag – in der Regel ein Bericht oder eine Reportage –, ebenfalls mit klarem Bezug zum Thema der Sendung. Als Beispiel soll hier die Sendung vom 11. Oktober 2010 stehen, deren Drehort das Otto-Lilienthal-Museum in Anklam war und als solches dementsprechend auch die Rahmenhandlung der Sendung bestimmte. Im Magazinbeitrag ging es passend zum Thema deshalb um ein Team von Kunst-Fallschirmspringern, sogenannten „Freeflyern“, aus Neustadt-Glewe. Wie bewiesen, steht der Beitrag also im thematischen Kontext der gesamten Sendung.

Darüber hinaus besteht ein weiterer Teil der Sendung aus einem Nachrichtenblock. Dieser wird aus dem Nachrichtenstudio im Landesfunkhaus in Schwerin übertragen. Dort verliest ein/e Nachrichtensprecher/in vor der Kamera aktuelle Wortmeldungen und sogenannte „NIFs“ („**N**achrichten **I**m **F**ernsehen“; 30-sekündige Nachrichtenfilme) aus der Region Mecklenburg-Vorpommern, zumeist aus den Themengebieten Politik, Wirtschaft und Panorama. Im Anschluss daran folgt eine auffallend ausführliche Wettervorhersage durch in der Regel den Wetterexperten Steffen Kreibohm, der sich zumeist an der regionalen Wetterstation auf der Insel Hiddensee befindet und stets im Freien vor der Kamera steht.

Der jeweilige Ort, der die Rahmenhandlung und das Thema einer „Land und Leute“-Sendung bestimmt, schafft durch seinen Ursprung im Sendegebiet einen starken regionalen Bezug. Allerdings ist dieser Bezug nicht selten zudem auch touristischer Natur. Mecklenburg-Vorpommern als eines der beliebtesten Urlaubsziele Deutschlands investiert einen großen Teil seiner Wirtschaftskraft in die Stärkung und den Ausbau des

Tourismus. Deshalb werden grade auch touristische Vorzüge und besondere Attraktionen des Bundeslandes in den Sendungen thematisiert.

„Land und Leute“ weist eine große unmittelbare Nähe zum Publikum auf. In der Sendung wird häufig mit ihm interagiert. Es gibt viele Gesprächspartner aus der Region und die Bereitschaft dieser Gesprächspartner, an der Sendung aktiv teilzunehmen, scheint überaus groß.

Auf der in die NDR-Hompage eingebetteten Webpräsenz der „Land und Leute“ finden sich allgemeine Informationen zum Format und dessen Moderatoren. Es gibt Querverweise auf eine NDR-Website mit aktuellen Informationen für die Region Mecklenburg-Vorpommern und auf die Webseite des Ländermagazins „Nordmagazin“. Auf der Internetpräsenz der NDR-Mediathek lassen sich vergangene Sendungen abrufen, die bis zu sieben Wochentage in der Vergangenheit liegen.

#### **2.2.1.2. Ländermagazine – Herzstück des NDR Regionalfernsehens**

Der Begriff „Herzstück“ beschreibt die Bedeutung der vier Ländermagazine innerhalb der regionalen Programmfenster ebenso wie innerhalb des gesamten Regionalprogramms des Norddeutschen Rundfunks sehr genau. Sie sind das zentrale Programmelement des Regionalfernsehens; die tägliche journalistisch anspruchsvollste Hauptquelle für aktuelle regionale Informationen und Unterhaltung im Fernsehen, nicht nur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, sondern auch darüber hinaus. Bezeichnete man die regionalen Kurzmagazine als Kür, die Ländermagazine wären zweifelsohne als die Pflicht zu benennen.

Ein Sendeplatz unmittelbar vor der „Tagesschau“ ist ein weiterer Indikator für die große Bedeutung der Ländermagazine. Denn damit folgen den wichtigsten regionalen Nachrichten und Informationen sogleich die wichtigsten auf nationaler und internationaler Ebene. Das jeweilige Ländermagazin, also die wichtigste Quelle des NDR-Fernsehens für aktuelle regionale Berichterstattung ist ganz bewusst direkt vor die „Tagesschau“ gesetzt, der wichtigsten Quelle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für aktuelle Berichterstattung aus der Bundesrepublik und der Welt.

Die hohen Anforderungen an die Ländermagazine liegen in ihrer zentralen Bedeutung begründet: Identifikation mit der Region und vor allem mit seinem Publikum, den Bewohnern derselben, ist neben einer professionellen Programmumsetzung – Hand in Hand mit journalistischen Standards – der wohl höchste Anspruch an das Ländermagazin. Mit dem Erfolg bzw. dem Misslingen dieser Identifikation steigt und fällt auch der Erfolg des regionalen Programms. Dabei steht außer Frage, dass das Schaffen dieser überaus wichtigen regionalen Identität der Sendung, mit der die Bewohner einer Region in eine enge Beziehung treten können und auch wollen, die wohl größte Herausforderung bei der Konzeption und Durchführung eines solchen regionalen Fernsehformates ist.

Die vier verschiedenen Ländermagazine des Norddeutschen Rundfunks sind Hauptgegenstand dieser Analyse, so wie sie auch Hauptbestandteil der regionalen NDR Fernsehprogrammfenster sind.

#### **2.2.1.2.1. Das „Hamburg Journal“**

Das „Hamburg Journal“, Ländermagazin und damit zentraler regionaler Programmbestandteil des Norddeutschen Rundfunks für das Sendegebiet Hamburg, unterscheidet sich in seiner äußeren Erscheinung und seiner inhaltlichen Konzeption überraschend wenig vom regionalen Kurzmagazin „Hamburg Journal 18:00“. Selbstverständlich ist es mit einer halben Stunde Sendezeit doppelt so lang und hat seinen Sendeplatz an sieben Tagen der Woche um 19.30 Uhr, doch zieht man einen direkten Vergleich, ist die Summe der Gemeinsamkeiten hoch. Das „Hamburg Journal“ beginnt mit einem musikalisch wie grafisch identischen Vorspann – mit dem feinen Unterschied, dass hier, noch vor Erklären der Musik, in einem kleinen Videofenster innerhalb des Vollbildes von Ausgabe zu Ausgabe das Publikum von immer anderen Personen mit den Worten „Guten Abend Hamburg“ begrüßt wird. Dabei handelt es sich um nicht weiter vorgestellte oder benannte Personen (Einzelpersonen oder Personengruppen) in verschiedenen Situationen und an verschiedenen Orten. Jedoch befinden sich die Personen immer in der Hansestadt, bzw. sind Bewohner derselben. Dieses wiederkehrende Element dient zweifelsohne zur Schaffung eines regionalen Bezugs und soll gleichzeitig eine Nähe der Sendung zu den Menschen in ihrem Sendegebiet erzeugen. Auch in der

Moderation wie in der Themenwahl und Ausarbeitung der Themen gibt es starke Parallelen zum regionalen Kurzmagazin. Es handelt sich um dasselbe Studio, aus dem dieselben Moderatoren durch die Sendung führen. Zu Beginn der Sendung werden von ihnen in der Regel zunächst bebilderte Schlagzeilen zu den wichtigsten Themen des Tages verlesen. Die Magazinbeiträge des „Hamburg Journals“ setzen sich aus mehreren Beiträgen und zumeist einer im Vergleich dazu etwas längeren Reportage zusammen. Innerhalb der Sendungen gibt es zudem einen vom Moderator bzw. von der Moderatorin verlesenen Nachrichtenblock mit den Kurzmeldungen des Tages. Die obligatorische und sehr knapp gehaltene Wettervorhersage gibt es – ebenfalls verlesen durch die Moderation – ganz am Ende der Sendung.

In Themenvielfalt und Gewichtung unterscheiden sie sich die Beiträge des „Hamburg Journals“ nicht von denen des regionalen Kurzmagazins. Auch die Themenwahl ist sehr ähnlich. Die Ausgestaltungsmöglichkeiten sind allerdings um einiges vielfältiger. So gibt es beispielsweise Live-Übertragungen mit Reportern im „On“<sup>40</sup> und jeden Sonntag eine Rubrik mit Namen „Sonn-Talk“, in dem zu einem aktuellen Thema der Sendung neben einem entsprechenden Beitrag auch ein themenrelevanter Studiogast eingeladen wird, der sich den Fragen eines Co-Moderators stellt. In unregelmäßigen Abständen, im Moment einmal wöchentlich, widmet sich unter dem Namen „Hamburg Damals“ ein Magazinbeitrag einem Rückblick auf die Geschichte der Hansestadt. Hin und wieder, jedoch eher selten, finden sich außerdem unter den Magazinbeiträgen durchaus auch solche mit Ratgebercharakter.

Die Brisanz und Aktualität der Themen ist in der Regel sehr hoch. Jedes hat einen deutlich regionalen Bezug. Der Erzählstil der Beiträge ist meist nachrichtlich, zuweilen durchaus auch gelockerter und umgangssprachlicher. Innerhalb der Beiträge kommen die Menschen im Sendegebiet zwar regelmäßig und häufig zu Wort, die Aussagen über das „Hamburg Journal 18:00“ bezüglich der unmittelbaren Nähe der Sendung zu den

---

<sup>40</sup> Ein Reporter, meist selbst Verfasser des entsprechenden Beitrags, steht an das Publikum gerichtet vor der Kamera. (Anm. d. Verf.)

Menschen im Sendegebiet treffen allerdings auch auf das „Hamburg Journal“ zu.<sup>41</sup>

Der Internetauftritt des „Hamburg Journals“ ähnelt stark dem des „Hamburg Journal 18:00“. Die Seite ist ebenfalls in die NDR-Homepage eingebettet und hat einen ganz ähnlichen Aufbau. Es gibt Informationen zur aktuellen und zur nächsten Sendung, eine Verlinkung zur NDR-Nachrichtenpage und NDR-Wetterpage für die Region Hamburg und Hinweise auf diverse Service-Angebote des Norddeutschen Rundfunks (z.B. Mitschnittservice). Allerdings ist die Themengewichtung eine andere als bei der Site des „Hamburg Journal 18:00“ und es ist hin und wieder auch ein Videoangebot zu aktuellen Themen vorhanden. Auch vergangene Beiträge aus der Sendungsrubrik „Hamburg Damals“ sind hier jederzeit abrufbar.

Das „Hamburg Journal“ kann im Internet täglich per Video-Livestream oder rückblickend in der Web-Mediathek des NDR geschaut werden.

#### **2.2.1.2.2. Das „Schleswig-Holstein Magazin“**

Im Gegensatz zum regionalen Kurzmagazin des Norddeutschen Rundfunks für die Region Schleswig-Holstein weist das „Schleswig-Holstein Magazin“ einen eindeutigen Magazincharakter auf. Das halbstündige regionale Ländermagazin sendet von Montag bis Sonntag um 19:30 aus dem Landesfunkhaus in Kiel. Ein mehrköpfiges Moderatorenteam, bestehend aus unter anderem aus Christian Schröder und Laura Lange, führt abwechselnd (pro Sendung jeweils ein/e Moderator/in und ein/e Nachrichtensprecher/in) durch die Sendung. Dabei handelt es sich um ein anderes Team als das des regionalen Kurzmagazins. Überhaupt weist das Ländermagazin nur wenig Gemeinsamkeiten zu „Schleswig-Holstein 18:00“ auf. Eine davon ist der Vorspann. Mit gleicher Länge und Musik unterscheidet er sich von seiner Frühausgabe nur durch eine andere Bildabfolge (Art und Zweck der Bilder

---

<sup>41</sup> vgl. Fitsch 2010 S. 29

bleiben erhalten)<sup>42</sup> und einen Ansager mit den Worten: „Das Schleswig-Holstein Magazin. Unser Land. Unser Programm.“

Der Hauptteil der Sendung selbst besteht aus mehreren Magazinbeiträgen, sowohl Berichten als auch Reportagen und in der Regel zwei Nachrichtenblöcken, durch die eine Nachrichtensprecherin in einem anderen Teil des Studios führt, einfache Wortmeldungen selbst verliest oder kurze Nachrichtenfilme anmoderiert. Ferner gibt es mehrere immer wieder kehrende Rubriken, die in bestimmten Abständen innerhalb der Sendung platziert werden: Jeden Donnerstag bereitet in einem Magazinbeitrag ein Fernsehkoch (mehrere Sterneköche aus der Region) verschiedene Gerichte zu und gibt dem Publikum kulinarische Ratschläge und Tipps. Darüber hinaus verbirgt sich unter der Rubrik „Dorfgeschichten“ in der Regel einmal wöchentlich – montags, manchmal dienstags – eine Beitragsreihe, in denen pro Beitrag ein schleswig-holsteinisches Dorf vorgestellt wird. Ein Reporter besucht das jeweilige Dorf und erkundet es zusammen mit einem oder mehreren Bewohnern, die ihm die Attraktionen und Besonderheiten des Ortes zeigen. Die Wahl der Dörfer erfolgt dabei in der Regel durch eine Auslosung seitens der Redaktion. Immer sonntags gibt es mit der „Zeitreise“ einen Beitrag, der sich mit einem in der Vergangenheit des Sendegebietes liegenden Ereignis beschäftigt. So zum Beispiel gibt es Zeitreisen über das Wirken der Rockband „Ton, Steine, Scherben“ in Schleswig-Holstein<sup>43</sup> oder die Erfindung des Alkoholpusteröhrchens für Polizeikontrollen in Lübeck<sup>44</sup>. Vor einigen Wochen hat es außerdem eine Rubrik namens „Fundstücke“ gegeben, bei der in Berichten Museumsgegenstände aus der Region vorgestellt und die Geschichten dahinter erzählt wurden.

Momentan ist darüber hinaus ein Fotografie-Wettbewerb von der Redaktion ausgeschrieben, für den die Menschen in der Region ihre persönlichen Fotos zum Thema Herbst in Schleswig-Holstein einsenden können. Die schönsten werden innerhalb jeder Sendung gezeigt, die Fotografen namentlich genannt. Dem Gewinner winkt ein Preis.

---

<sup>42</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 31

<sup>43</sup> „Schleswig-Holstein Magazin“, Sendung vom 05. September 2010

<sup>44</sup> „Schleswig-Holstein Magazin“, Sendung vom 13. Juni 2010

Das „Schleswig-Holstein Magazin“ schließt mit einer sehr ausführlichen Wettersvorhersage, vor der nicht selten passend zum Wetter Bewegtbildimpressionen aus dem Sendegebiet gezeigt werden. Den Wetterbericht selbst übernimmt ein Wetterexperte vor der Kamera, der von einem immer anderen Ort im Sendegebiet aus das kommende Wetter für die Region bestimmt. Dem Wetterbericht folgt eine kleine Vorschau auf die kommende Ausgabe des Ländermagazins mit der kurzen Vorstellung eines Themas der Folgesendung.

Die Bandbreite der Themen, denen sich die Magazinbeiträge und Nachrichten widmen, ist weit aufgefächert und reicht von Politik über Wirtschaft, Boulevard, Panorama bis hin zu vereinzelt Inhalten aus dem Kulturbereich. Sie alle haben einen eindeutigen regionalen Bezug. Die vielen wiederkehrenden Rubriken zielen darüber hinaus auf eine noch enger gestrickte Beziehung zur Region und den Menschen im Sendegebiet. Sowohl der Kochbeitrag – in dem das Gericht zwar der gehobenen aber in der Regel auch der regionalen Küche entstammt – als auch die Rubriken „Zeitreise“ und „Fundstücke“, ja sogar der aktuelle Fotografiwettbewerb dienen der Herausbildung von Anknüpfungspunkten für die Menschen der Region zur Identifikation mit ihrem Ländermagazin. Vor allem die „Dorfgeschichten“ mit dem im Vergleich zu den anderen Rubriken angelegten Höchstmaß an unmittelbarer Nähe zum Publikum haben diese Funktion. Schließlich wird in letzteren die Region mit ihren Menschen selbst zum Thema eines Beitrages. Auch der ausführliche Wetterbericht mit dem Ausflug des Wetterexperten an bestimmte Orte innerhalb des Sendegebietes und seine Interaktion mit den Menschen dort haben – neben der Vermittlung notwendiger Informationen, natürlich – den Zweck die Verbundenheit der Sendung und ihrer Macher mit der Region zu unterstreichen. Es versteht sich von selbst, dass beispielsweise die Gestaltung des Vorspanns oder die Tatsache, dass die Moderatoren und Rundfunkschaffenden hinter der Kamera ursprünglich aus der Region stammen, ebenfalls dem Gefühl der regionalen Identifikation zweckdienlich sind.

Der in die NDR-Hompage integrierte Internetauftritt des „Schleswig-Holstein Magazins“ verdeutlicht noch einmal die Wichtigkeit der wiederkehrenden Beitragsrubriken, denn neben allgemeinen Informationen zur Sendung, aktuellen regionalen Nachrichten, Videos,



Hinweisen zur kommenden Ausgabe und den Verlinkungen und Service-Angeboten, die auch schon auf der Website von „Schleswig-Holstein 18:00“ gefunden werden konnten, sind auch die Beiträge besagter Rubriken noch einmal extra verlinkt worden. Die Angebote eines NDR-Livestreams oder des Abrufens vergangender Folgen via NDR-Mediathek sind auch in diesem Fall vorhanden.

#### **2.2.1.2.3. „Hallo Niedersachsen“**

Das regionale Ländermagazin des Norddeutschen Rundfunks für das Sendegebiet Niedersachsen trägt den Namen „Hallo Niedersachsen“ und wird täglich um 19.30 Uhr live aus dem Landesfunkhaus in Hannover gesendet. Im direkten Vergleich unterscheidet es sich rein äußerlich nur wenig von seiner Frühausgabe „Niedersachsen 18:00“. Der Vorspann ist ein paar Sekunden länger und besteht nicht mehr nur aus einer Animation, sondern zudem aus einer Bewegtbildmontage mit Bildmotiven, die die Region und die Bevölkerung Niedersachsens repräsentieren sollen. Außerdem gibt es einen anderen Moderatorenstab aus unter anderem Peter von Sassen, Ute Lawrentz und Ludger Abeln. Unmittelbar nach dem Vorspann werden vom Moderator die Schlagzeilen des Tages verlesen. Danach führt dieser das Publikum durch das halbstündige Magazin, bestehend aus mehreren Beiträgen in Form von zumeist Berichten und mehrminütigen Reportagen. Unter diesen Magazinbeiträgen befinden sich zudem regelmäßig und unregelmäßig wiederkehrende Beitragsrubriken. Innerhalb des Sendeverlaufs gibt es zwei unabhängig von einander stehende Nachrichtenblöcke, in denen ein zwar vom Moderator angekündigter aber nie vor der Kamera platzierter Nachrichtensprecher die aktuellen Kurznachrichten des Tages verliest. Es handelt sich dabei nie um Wortmeldungen, sondern in der Regel um eine Reihe kurzer Nachrichtenfilme. Am Ende jeder Sendung – unmittelbar vor der Abmoderation und Verabschiedung des Publikums – gibt es eine ausführliche Wetterberichterstattung, durchgeführt von einem Wetterexperten innerhalb des Studios vor einer animierten Wetterkarte. Kurz zuvor werden nicht selten – in Form von kurzen Videosequenzen – zur Wettervorschau passende Bildimpressionen aus dem Sendegebiet gezeigt.

Die Themen innerhalb „Hallo Niedersachsen“ haben allesamt in der Regel einen starken regionalen Bezug – da stellt das Ländermagazin für das größte norddeutsche Bundesland keine Ausnahme dar. Ausgewählte Themen haben oft eine hohe Brisanz und einen hohen persönlichen Stellenwert für das regionale Publikum. Das Themenspektrum ist erwartungsgemäß breit. Es geht um regionale Belange vor allem politischer und wirtschaftlicher Natur, doch auch um solche, die das regionale Leben in Niedersachsen in jedweder anderen Art betreffen. Themen aus dem Bereich Kultur kommen dabei eher selten vor.

„Hallo Niedersachsen“ ist bemüht, stets nah am Menschen aus der Region zu sein, seine Probleme zu thematisieren und ihn sehr häufig selbst zu Wort kommen zu lassen. Ein Beispiel aus jüngster Vergangenheit war das zu Boden fallende herbstliche Laub in den verschiedenen Ortschaften Niedersachsens und das große Problem der Bewohner, die mit der Laubbeseitigung von ihren Gemeinden überfordert und alleingelassen wurden.<sup>45</sup> „Hallo Niedersachsen“ war daraufhin zu Stelle, den Bewohnern eine Plattform zu sein, um sich zu ihrem Problem öffentlich äußern zu können. Themen wie diese sind dabei eindeutiger Impuls der Sendung und der Rundfunkschaffenden dabei, eine möglichst große Nähe zur Region und damit zum eigenen Publikum herzustellen. Weitere wichtige Impulse bei der Förderung einer möglichst starken Identifikation des Publikums mit seinem regionalen Landesmagazin sind zweifelsohne die wiederkehrenden Rubriken in „Hallo Niedersachsen“. In sogenannten Wochenserien werden – jede Woche neu – zu einem bestimmten Thema mit starkem Bezug zur Region mehrere Magazinbeiträge erstellt und gesendet. Dabei handelt es sich zumeist um hochaktuelle und brisante Themen, bei denen nicht selten die Bewohner Niedersachsens selbst im Fokus stehen und so eine besondere Nähe der Sendung zum Publikum generiert werden soll. Ähnlich verhält es sich bei der Rubrik „Niedersachsen unterwegs“, bei der eine „Hallo Niedersachsen“-Reporterin verschiedene Orte und dort besondere Menschen der Region besucht. „Gemeinsam besuchen sie Orte, an denen Touristen oft vorbeilaufen.“<sup>46</sup> Hier sind die Eigenarten und Besonderheiten der Region und seiner Bewohner zum Thema gemacht worden. Die Protagonisten

---

<sup>45</sup> „Hallo Niedersachsen“, Sendung vom 18.10.2010

<sup>46</sup> NDR.de 2010, [www.ndr.de](http://www.ndr.de), Stand: 18.10.2010

äußern sich zu ihrer Heimat und führen den Zuschauer sozusagen selbst durch ihren persönlichen Teil der Region. Besonders nah an Menschen aus dem Sendegebiet sind auch die Rubriken „Die Rahlfs“, in der eine niedersächsische Bauernfamilie auf einem von 50.000 Bauernhöfen im Land ein Jahr lang in unregelmäßigen Abständen filmisch begleitet wird, und „Heinz der Hengstzüchter“, eine Beitragsreihe über das tägliche Geschäft eines Pferdezüchters aus Stade. All diese Rubriken definieren ihren regionalen Bezug durch die besondere Nähe zur Region und den Menschen in derselben. Sie sind – neben den „herkömmlichen“ ein ungemein wichtiges Element, um die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Ländermagazins als zentraler und vielgenutzter regionaler Berichterstatte zu bewahren und zu festigen. Natürlich dienen auch beim Ländermagazin Niedersachsens Komponenten wie die optische Konzeption des Vorspanns, die Themenwahl an sich und auch die oft regionsnahe Herkunft der Rundfunkschaffenden innerhalb der Redaktion diesem Zweck.

„Hallo Niedersachsen“ berücksichtigt im Übrigen auch die Nähe Niedersachsens zu den angrenzenden Niederlanden. Grade die Nähe des Grenzbereichs zum Nachbarland ist – in welcher Form auch immer - ein recht häufig gewähltes Thema.

Die wiederkehrenden Rubriken und auch die Wochenserien haben einen zentralen Platz auch auf der Webpräsenz von „Hallo Niedersachsen“. Neben allgemeinen Informationen zum Format, den üblichen Hinweisen auf die aktuelle und kommende Ausgabe, verschiedenen NDR-Serviceangeboten und den Verlinkungen und Informationen, die auch bereits auf der Website der Frühausgabe „Niedersachsen 18:00“ zu finden waren, lassen sich zahlreiche vergangene Episoden dieser Rubriken und Wochenserien jederzeit abrufen. Auch ein Link zum NDR-Livestream der Sendung ist hier lokalisiert. Vergangene Ausgaben von „Hallo Niedersachsen“ können in der NDR-Mediathek erneut in Auszügen oder in gesamter Länge angeschaut werden.

#### **2.2.1.2.4. Das „Nordmagazin“**

„Es ist 19:30. Hier ist das Nordmagazin. Für uns in Mecklenburg-Vorpommern“. Mit diesen Worten beginnt der Vorspann des jüngsten Ländermagazins des Norddeutschen Rundfunks. Der Vorspann selbst ist eine Montage, bestehend aus für die Region repräsentativen Bewegtbildern und grafischer Animation, gehalten in Türkis und Gelb, den typischen Farben der Sendung.

Es folgen bebilderte Schlagzeilen der wichtigsten Themen des Tages, verlesen vom jeweiligen Moderator. Beim Moderatoren-Team handelt es sich teilweise um dasselbe wie auch schon in „Land und Leute“, dem regionalen Kurzmagazin für das einzige der neuen Bundesländer innerhalb des NDR-Sendegebietes. Mit dabei sind Namen wie Thilo Tautz und Sabine Kühn.

Die Moderation führt durch ein themenreiches Magazin mit Beiträgen, bestehend in der Hauptsache aus Berichten, vereinzelt Reportagen, teilweise verpackt in wiederkehrenden Beitragsrubriken. In den Sendeverlauf sind außerdem zwei Nachrichtenblöcke eingesetzt, verlesen von einem/r Nachrichtensprecher/in im selben Studio und bestehend aus tagesaktuellen Wortmeldungen und kurzen Nachrichtenfilmen. Am Ende jeder Sendung – unmittelbar vor der Verabschiedung des Moderators an das Publikum – gibt es eine ausführliche Wettervorhersage, erteilt von einem Wetterexperten und zumeist aus der Wetterstation auf der Insel Hiddensee.

Mit seinem klassischen Magazincharakter unterscheidet sich das „Nordmagazin“, täglich gesendet um 19.30 Uhr, sehr deutlich von seiner Frühausgabe „Land und Leute“. Trotzdem ist auch das Herzstück der regionalen Fernsehberichterstattung in Mecklenburg-Vorpommern nicht weniger um die Nähe zu seinem Publikum, also zu den Menschen in der Region bemüht. Diese Nähe aufzubauen versuchen die Rundfunkschaffenden hinter dem „Nordmagazin“ auf vielfache Weise. Neben der Wahl von Themen mit ausschließlich hoher regionaler Relevanz aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Boulevard und nicht selten auch der Kultur, widmen sich die Magazinbeiträge und Nachrichtenblöcke auch oft den sportlichen Ereignissen im Land. Vor allem in Sachen Fußball, Handball, ja sogar Reitsport - allesamt Sportarten, die sich im Land größter

Beliebtheit erfreuen - wird gern und ausführlich berichtet. Aber auch davon abgesehen ist ein deutlicher Impuls erkennbar, mit dem das „Nordmagazin“ Themen aufgreift, die innerhalb der Bevölkerung auf großes Interesse und eine hohe persönliche Relevanz stoßen. Die Beitragsrubrik „Klar und deutlich“ beispielsweise geht mit einem solcher Themen auf die Straßen im Sendegebiet und interagiert ganz konkret mit den Menschen dort. So werden diese nämlich nach ihrer ganz persönlichen Meinung zum Thema. Das Publikum wird also hier aktiv in die Sendung mit einbezogen. Nähe zum Publikum wird aufgebaut und zugleich seitens der Sendung ein starkes Interesse an der Region gezeigt, was sich positiv auf das Image und somit die Beliebtheit der Sendung auswirken kann und soll. Einen ähnlichen Effekt erzielt auch die Rubrik „Dorfgeschichten“ – der gleichnamigen Beitragsreihe des „Schleswig-Holstein Magazins“ sehr ähnlich -, bei der einmal pro Woche oder etwas seltener ein Reporter ein von der Redaktion ausgelostes Dorf in Mecklenburg-Vorpommern und dessen Bewohner besucht, die ihm dort ihre Heimat zeigen und Wissenswertes darüber zu berichten haben.

Ein weiterer Impuls auf dem Weg zur Identifikation mit der Region und seinen Einwohnern äußert sich zum einen in der aktiven Beschäftigung mit der Vergangenheit des Bundeslandes in der Rubrik Zeitreise. Immer sonntags werden hier in der Regel anhand der persönlichen Geschichte eines oder mehrerer Protagonisten aus dem Sendegebiet in verschiedenen Themen zumeist jüngere geschichtliche Ereignisse in Mecklenburg-Vorpommern und damit vorwiegend Themen mit DDR-Bezug beleuchtet und aufgearbeitet. Zum anderen wird dem Publikum in der Rubrik „Heimatkunde“ Wissenswertes aller Art über ihre Heimat Mecklenburg-Vorpommern nahegebracht. Das geschieht allerdings nicht in Form eines Berichtes oder einer Reportage, sondern stattdessen in kurzen collageartig, oft mit der Animationstechnik „Stop-Motion“ aufwändig animierten und humorvoll gestalteten Beiträgen. Beide Rubriken signalisieren ein hohes Interesse der Sendung an der Region, ihren Menschen und Geschichten. Sie befassen sich mit regionalen Themen aus den Interessenfeldern ihres Publikums und machen die Region und die Bewohner selbst zur zentralen Komponente darin.

Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang darüber hinaus eine weitere Beitragsrubrik: Der „Gartentipp“ ist eine Reihe von Ratgeberbeiträgen.

Darin gibt ein Gartenexperte aus der Nähe von Schwerin jeweils zu einem bestimmten Thema nützliche Hinweise zur Pflege und besseren Behandlung des heimischen Gartens, wobei er vor der Kamera stets mit gutem Beispiel voran geht. Zum Ende des Beitrages folgt dann in der Regel ein kurzer Gartentipp eines Bewohners aus der Region. Für die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern, einer Region mit vorwiegend ländlichen Strukturen und vielen Gärten, ist diese Rubrik interessant und attraktiv.

Natürlich sind Aspekte wie die Art des Vorspanns, die persönliche regionale Verbundenheit vieler Rundfunkschaffenden, die selbst Mecklenburg-Vorpommern als ihre Heimat sehen oder der ständige Aufruf der Redaktion an das Publikum selbstgemachte Fotos einzuschicken, von denen dann ausgewählte regelmäßig in der Sendung gezeigt werden, außerdem förderlich für die regionale Verbundenheit und die Identifikation des Publikums mit seinem Landesmagazin.

Die Website des „Nordmagazins“ ist erwartungsgemäß in die NDR-Homepage eingebettet. Sie ist dabei weitaus umfangreicher als die Internetpräsenz des regionalen Kurzmagazins „Land und Leute“. Es gibt allgemeine Informationen zum Format, aktuelle Nachrichten aus der Region mit Videoangeboten aus dem aktuellen „Nordmagazin“ und es gibt Hinweise auf die aktuelle und kommende Ausgabe des Magazins. Zudem findet sich dort eine Wettervorhersage und Verlinkungen zur NDR Nachrichtenseite für die Region Mecklenburg-Vorpommern. Weiterhin gibt es Verlinkungen zu den Beiträgen der Rubrik „Heimatkunde“ und einem Archiv mit ausgewählten Beispielen der vom Publikum eingesandten Bilder. Das Angebot, die Sendung auch per NDR-Livestream zu verfolgen fehlt zumindest auf dieser Webpräsenz. Allerdings können die vergangenen Ausgaben des „Nordmagazins“ in der NDR-Mediathek noch einmal vollständig oder in Auszügen geschaut werden.

### **3. Die regionalen Programmfenster im Vergleich**

Nachdem die einzelnen Bestandteile der regionalen Fernsehprogrammfenster des Norddeutschen Rundfunks beschrieben worden sind und ihr programmstruktureller wie inhaltlicher Aufbau vor allem unter dem Aspekt der Regionalität einer genauen Analyse unterzogen wurden, ist es an der Zeit diese vier Programmfenster nun gegenüberzustellen und genau auf das Vorhandensein bestimmter Schnittmengen und vor allem Unterschiede zu untersuchen. So kann eine fundierte Basis entstehen, auf dessen Grundlage auftretende Unterschiede zwischen den einzelnen vier regionalen Fernsehprogrammfenstern wiederum analysiert und schließlich begründet werden können.

Fakt ist, es gibt sie, die feinen aber auch sehr groben Unterschiede. Welche das tatsächlich sind, soll im unmittelbar anschließenden Verlauf dieser Analyse geklärt werden.

#### **3.1. Programmstruktureller Aufbau und Ablauf**

Wie – vor allem in NDR-geschichtlichem Kontext - bereits im einleitenden Teil dieser Ausführungen beschrieben, sendet der Norddeutsche Rundfunk seit geraumer Zeit, um genau zu sein seit nunmehr über 18 Jahren, ein norddeutsch regionales aber bundesweit empfangbares 24-Stunden-Vollprogramm für die vier Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Hamburg der Großregion Norddeutschland.<sup>47</sup> Der deutlich größte Teil dieses Vollprogramms wird aus der NDR-Zentrale in Hamburg-Lokstedt gesendet. Doch wird es täglich von den vier regionalen Fernsehprogrammfenstern unterbrochen. Für eine Viertelstunde um 18.00 Uhr und eine halbe Stunde um 19.30 Uhr sendet dann nicht mehr nur Hamburg-Lokstedt - bekanntermaßen auch Sitz des regionalen NDR-Fernsehens für Hamburg –, sondern es senden alle vier Landesfunkhäuser exklusiv für ihre jeweilige Region. Während dieser Sendezeiten ist das Vollprogramm augenscheinlich zwar nicht ausgesetzt, dennoch erfolgt die Übertragung –

---

<sup>47</sup> Darüber hinaus besteht auch das öffentlich-rechtliche Fernsehprogramm des Bundeslandes und der Hansestadt Bremen (Radio Bremen) zu großen Teilen aus dem NDR-Vollprogramm. (Anm. d. Verf.)

mit Ausnahme vom Hamburger Programmfenster – nicht mehr aus der Senderzentrale, sondern ist auseinandergeschaltet worden. Zwischen dem regionalen Kurzmagazin und dem Ländermagazin sowie nach Ablauf des regionalen Programmfensters um 20.00 Uhr muss das NDR-Vollprogramm aus Hamburg wieder nahtlos einsetzen. Um einen reibungslosen Übergang dieser Sendephasen zu gewährleisten, darf es keine programmstrukturellen Unterschiede zwischen den vier Regionalfenstern geben, weder in deren Ablauf noch im Aufbau der Fenster. Innerhalb des NDR Fernsehprogramms laufen sie also in der Regel völlig parallel, schalten sich jeweils zur selben Zeit zu und auch wieder aus dem Programm heraus.

### **3.2. Inhaltlicher Aufbau und Ablauf innerhalb der Programmfenster**

Während bezogen auf das NDR-Vollprogramm bei der Einbettung der regionalen Programmfenster strukturell keine Unterschiede gemacht werden dürfen, finden sie sich in deren inhaltlichem Ablauf und Aufbau durchaus.

#### **3.2.1. Die regionalen Kurzmagazine im Vergleich**

Tatsächlich sind besagte Unterschiede, die sich – wie durch die Beschreibung der einzelnen regionalen Kurzmagazine deutlich wurde – auf den inhaltlichen Aufbau und Ablauf der Formate beziehen, so gravierend, dass sich die vier Sendungen in zwei maßgebliche Gruppen einteilen lassen. Diese Gruppen sagen zunächst vor allem etwas über das äußere Erscheinungsbild der regionalen Kurzmagazine aus. Betrachtet man im direkten Vergleich also nur besagtes Äußeres, stehen das „Hamburg Journal 18:00“ und „Niedersachsen 18:00“ den Sendungen „Land und Leute“ und „Schleswig-Holstein 18:00“ gegenüber. Denn während die beiden Erstgenannten als aus einem Studio im jeweiligen Landesfunkhaus heraus moderierte Sendungen mit einzelnen, heraus gelösten Beiträgen in ihrer Form einen klassischen Fernsehmagazincharakter aufweisen, unterscheiden sich die übrigen zwei Formate deutlich von der typischen Idee eines TV-Magazins. Schließlich spielen sie sich an von Ausgabe zu Ausgabe ständig wechselnden Orten im



Sendegebiet ab, haben eine Rahmenhandlung in Form eines Anlasses oder Ereignisses am jeweiligen Ort und Moderatoren, die nahezu die ganze Sendung lang mit Menschen aus der Region interagieren, welche wiederum einen starken Bezug zur jeweiligen Rahmenhandlung aufweisen. Magazinbeiträge im klassischen Sinne gibt es im Grunde nicht. Zwar besteht eine jede Sendung „Land und Leute“ neben der Rahmenhandlung, dem Nachrichtenblock und dem Wetter auch immer aus einem mit der Rahmenhandlung verwandten Beitrag. „Schleswig-Holstein 18:00“ dagegen verzichtet völlig auf solche Sendungselemente und beschränkt sich auf die Rahmenhandlung, einen kurzen Nachrichtenblock und eine knappe Wettervorhersage. Darüber hinaus kann das „Hamburg Journal 18:00“ und auch „Niedersachsen 18:00“ vom Stil ihrer Berichterstattung durchaus als sehr nachrichtlich und nicht selten auch nüchtern einstufen, „Land und Leute“ und „Schleswig-Holstein 18:00“ hingegen setzen ihren Fokus nicht vor allem auf Information, sondern betonen neben dem informativen außerdem deutlich stärker ihren unterhaltenden Faktor. Generell gilt natürlich, dass jede der vier Sendungen einen eigenen sogenannten „Look“ aufweist. Freilich verwendet jedes der Formate seine eigenen typischen Farben in Animationen und anderen grafischen Elementen und natürlich gleicht auch keines der Studios einem der anderen.

Neben den sehr groben Unterschieden fallen zudem eine Vielzahl kleinerer Gemeinsamkeiten und Unterschiede auf, vergleicht man den inhaltlichen Ablauf der vier Sendungen. Zunächst finden sich in jedem der Formate ein Nachrichtenblock mit aktuellen Kurzmeldungen und eine mehr oder weniger ausführliche Wettervorhersage als wiederkehrende Elemente der Sendung. Auffällig wird hier allerdings der NDR Mecklenburg-Vorpommern, der bereits im regionalen Kurzmagazin beiden dieser Elemente ein Gesicht in Form von einem Wetterexperten sowie eines gesondert im Studio befindlichen Nachrichtensprechers gibt. Die anderen Sendungen lösen diese Aufgaben entweder durch den Moderator der Sendung bzw. einen Nachrichtensprecher, der nur die Meldungen verliest und zu keiner Zeit vor der Kamera zu sehen ist. Auch die Ausführlichkeit des Wetterberichts in „Land und Leute“ sucht im direkten Vergleich vergeblich seinesgleichen.

Um den Eindruck des Formates „Niedersachsen 18:00“ als informatives regionales Nachrichtenmagazin zu unterstreichen, ist oft, im Grunde täglich, ein Studiogast oder alternativ dazu ein geschaltetes Live-Interview Teil der Sendung. Das „Hamburg Journal 18:00“ als zweites nachrichtlich gestaltetes Format verzichtet in der Regel auf solche Elemente.

Von all diesen Unterschieden einmal abgesehen, gibt es beim Erscheinungsbild der vier regionalen Kurzmagazine auch durchaus andere Parallelen. Sowohl in den Sendungen „Hamburg Journal 18:00“ und „Schleswig-Holstein 18:00“ als auch „Land und Leute“ wird ein Aufbau des Vorspanns nach fast identischem Konzept deutlich. Einzig „Niedersachsen 18:00“ verzichtet auf die Kombination von grafisch animierten Elementen und für die Region repräsentativen Bewegtbildern. (Natürlich finden sich hier auch Unterschiede in der grafischen, farblichen sowie musikalischen Umsetzung des Vorspanns. Lediglich das Prinzip desselben ist bei drei von vier Kurzmagazinen identisch.) Außerdem scheinen die Moderatoren der vier Sendungen – nach ihrem Dialekt zu urteilen – bis auf wenige Ausnahmen in der Regel aus dem jeweiligen Bundesland zu stammen, für dessen Regionalmagazin sie arbeiten. Die Moderationsinformationen auf den jeweiligen Magazin-Homepages bestätigen diese Annahme. Auch im Erscheinungsbild der verschiedenen Webpräsenzen unterscheiden sich die Kurzmagazine kaum. Es gibt häufig ähnliche Informationen und Verlinkungen innerhalb sehr ähnlich aufgebauter Websites. Auch das jeweilige Angebot des NDR-Livestreams und der NDR-Mediathek deckt sich im direkten Vergleich. Einzig aus dem Rahmen fällt hier die Website des „Hamburg Journals 18:00“ als etwas ausführlicher und umfangreicher als die der übrigen Formate.

Nach einem Vergleich des äußeren Erscheinungsbildes und inhaltlichen Ablaufs ist es unabdingbar auch die Themenwahl und die Herangehensweise der Sendung an dieselbe zu untersuchen. Eine zentrale Gemeinsamkeit ist freilich der hohe regionale Bezug aller Themen in allen vier Sendungen. Seien es die Themen der Magazinbeiträge und Nachrichtenblöcke innerhalb des „Hamburg Journals 18:00“ und „Niedersachsen 18:00“ oder seien es die Rahmenhandlungen der „Land und Leute“ sowie „Schleswig-Holstein 18:00“. Hier erfüllt jedes der regionalen Kurzmagazine seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag als zentraler regionaler Berichterstatter im Fernsehen. Außerdem sind sowohl

Beitragsthemen („Hamburg Journal 18:00“, „Niedersachsen 18:00“) als auch Sendungsthemen („Land und Leute“, „Schleswig-Holstein 18:00“) sehr breit gefächert. Dabei fällt auf, dass vor allem Hamburgs Kurzmagazin einen erhöhten Wert auf Meldungen und auch ausführliche Beiträge aus dem Bereich Kultur legt. Diese spielen bei den übrigen drei Magazinen weniger eine Rolle. Auch die Berichterstattung über geschehene Verbrechen und deren Verhandlung scheint ein Schwerpunkt im „Hamburg Journal 18:00“. Der NDR in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern hingegen betont durch die Art seiner regionalen Kurzmagazine und die Wahl deren Rahmenhandlungen gern und oft die regionalen Besonderheiten, Einzigartigkeiten und Vorzüge der Sendegebiete. Zuständig für Bundesländer mit einem wirtschaftlichen Schwerpunkt im Bereich Tourismus machen die beiden Formate bei der Wahl ihrer Drehorte und – im Falle von „Land und Leute“ – auch der Themen ihrer Magazinbeiträge auch unterschwellig auf die touristische Attraktivität der Regionen aufmerksam.

Zuletzt bleibt der notwendige Blick auf das Maß an der Identifikation der jeweiligen Sendung mit seiner Region. Es gibt Aufschluss darauf, inwiefern die Menschen in der Region die Möglichkeit haben, sich mit „ihrem“ regionalen Kurzmagazin zu identifizieren. Hier spielt nicht nur die Größe des regionalen Bezugs innerhalb der Themen eine Rolle – bei allen vier Sendungen besteht ein sehr hohes Maß besagter Regionalität. Es geht auch nicht nur um Elemente wie den Vorspann, bei dem mit Ausnahme von „Niedersachsen 18:00“ jedes der Kurzmagazine einen deutlichen Bezug zu seiner Region schafft. Es geht vor allem um die unmittelbare Nähe der Sendung zu seinem Publikum, zu seiner Region. Hieran misst sich maßgeblich der Grad der Identifikation einer regionalen Sendung mit ihrem Sendegebiet. Und um diese Nähe scheinen auch alle vier Sendungen definitiv bemüht. Allerdings gehen hier „Land und Leute“ sowie „Schleswig-Holstein 18:00“ deutlich mit großen Schritten voraus. Die stetige Interaktion mit Menschen unmittelbar aus der Region – „Land und Leute“ sticht hier durch eine oft hohe Anzahl dieser Menschen hervor – und der enge Bezug zu den Orten, den Besonderheiten und Vorzügen der Region schaffen ein besonders hohes Maß dieser unmittelbaren Nähe zur Region. Im Falle von „Niedersachsen 18:00“ und der Frühausgabe des „Hamburg Journals“ erfolgt der Impuls, diese Nähe aufzubauen, zwar ebenfalls, allerdings auf einer anderen Ebene. Da beide Formate zu einem

maßgeblichen Teil aus Magazinbeiträgen bestehen, wird versucht, über genau solche die Nähe zur Region zu generieren. Die Themen bewegen sich deshalb möglichst nah an den Menschen im Sendegebiet und lassen diese oft und ausgiebig zu Wort kommen. Da sie sich selbst gern in der Rolle eines regionalen Nachrichtenmagazins sehen, werden zudem oft ausgesprochen brisante und für die Menschen der Region relevante Themen präsentiert, die durchaus auch auf Missstände, Ungerechtigkeiten und ähnliches aufmerksam machen wollen. Gerade im Falle von „Niedersachsen 18:00“ ist dieser Impuls deutlich spürbar. Das „Hamburg Journal 18:00“ erscheint in Sachen unmittelbarer Nähe zum Publikum als Schlusslicht.

### **3.2.2. Die Ländermagazine im Vergleich**

Unterschiede im inhaltlichen Aufbau und Ablauf gibt es in der Tat auch zwischen den vier regionalen Ländermagazinen des Norddeutschen Rundfunks. Sie sind zwar – zumindest äußerlich – nicht ganz erheblich und offensichtlich wie im Falle ihrer Frühausgaben, den regionalen Kurzmagazinen. Und dennoch haben sie zweifelsohne nicht minder erheblichen Einfluss auf die regionale Akzeptanz. Der Sendungen. Zunächst lassen sich die Ländermagazine nicht in zwei Gruppen teilen. In ihrem äußeren Erscheinungsbild, ihrem grob betrachteten inhaltlichen Aufbau, sind sie sich durchaus sehr ähnlich. Alle vier Sendungen weisen einen klassischen Magazincharakter auf. Ihre Vorspanne sind nach einem ähnlichen Prinzip aufgebaut; einer Kombination aus für die jeweilige Region repräsentativen Bewegbildern und den dem „Look“ der jeweiligen Sendung entsprechenden grafischen Animationen. Die einzigen kleinen Unterschiede machen die zusätzliche Begrüßung des Publikums beim Intro des „Hamburg Journals“ durch immer andere Menschen aus der Region<sup>48</sup> und die in den jeweiligen Vorspann eingebetteten Ansagen des „Nordmagazins“ und des „Schleswig-Holstein Magazins“.<sup>49</sup> Die den Abspannen folgenden Sendungen sind daraufhin ähnlich aufgebaut, nur einzelne Elemente unterscheiden sich in ihrer Ausgestaltung von einander. Man beginnt in der Regel mit den Schlagzeilen des Tages. Ein

---

<sup>48</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 36

<sup>49</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 38-39 und S. 44

Moderator (wechselnde Moderatoren und Moderatorinnen von Ausgabe zu Ausgabe) führt durch das Magazin, bestehend aus mehreren Magazinbeiträgen in Form von Berichten oder Reportagen. Es gibt innerhalb der Sendung zumeist zwei unabhängig von einander gesetzte Nachrichtenblöcke (im Falle des „Hamburg Journals“ in der Regel nur einen), die im „Schleswig-Holstein Magazin“ und im „Nordmagazin“ von einem Nachrichtensprecher vor der Kamera, in „Hallo Niedersachsen“ von einem Nachrichtensprecher „hinter“ der Kamera und im „Hamburg Journal“ vom Moderator selbst verlesen werden. Am Ende der Sendung gibt es in allen vier Ländermagazinen eine mehr oder weniger ausführliche Wettervorhersage. Dabei fällt auf, dass der Wetterbericht des „Hamburg Journals“ deutlich knapper ausfällt als bei den anderen Magazinen. Das „Nordmagazin“ und das „Schleswig-Holstein Magazin“ senden die im Vergleich ausführlichste Wettervorhersage mit einem Wetterexperten vor der Kamera im Freien, an einem Ort im Sendegebiet.

Die Art der Berichterstattung ist bei allen vier Sendungen von ähnlichem Stil, wobei der NDR Hamburg auch im regionalen Ländermagazin wohl am meisten nachrichtlich und nüchtern berichtet. Die Wahl der Themen zeugt – auch hier wieder neben Elementen wie beispielsweise dem Vorspann – von deutlich regionalem Bezug. Die Themen sind sehr vielfältig, oft brisant und haben in der Regel eine sehr hohe regionale Relevanz. Auffällig ist dabei, dass kulturelle Themen in „Hallo Niedersachsen“ und im „Schleswig-Holstein Magazin“ offenbar keine sehr große Rolle spielen. Deutlich höher ist die Dichte an Themen aus diesem Bereich im „Hamburg Journal“ und auch im „Nordmagazin“. Auch bei den Ländermagazinen scheint – zunächst anhand des Dialektes der Moderatoren und der Reporter – ein sehr großer Teil der Rundfunkschaffenden hinter den Ländermagazinen selbst aus der jeweiligen Region zu stammen. Wie im einleitenden Teil dieser Analyse erwähnt, ist die persönliche regionale Verbundenheit der Rundfunkschaffenden ein nicht unerheblicher Faktor beim Ausbau eines hohen Identifikationspotentials einer regionalen Sendung.

Es gilt allerdings auch hier wie schon beim Vergleich der regionalen Kurzmagazine, dass sich besagtes wechselseitiges Identifikationspotential zwischen Publikum und Sendung vor allem am Maß der unmittelbareren Nähe einer Sendung zur jeweiligen Region und ihren

Menschen misst. Da es sich hier jedoch in jedem der vier Fälle um typische Magazinformaten handelt, wird die Nähe zum Publikum vor allem durch die Art der Beiträge erreicht. Vor allem von den wiederkehrenden Beitragsrubriken gehen entsprechende Impulse aus, da, wie bereits erwähnt, gerade in diesen oft die Region und seine Bewohner zum Thema gemacht werden. Das „Nordmagazin“, „Schleswig-Holstein Magazin“ und „Hallo Niedersachsen“ fallen jeweils stark durch solch regional bezogene Rubriken auf; seien es z.B. die „Dorfgeschichten“ aus Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern oder Beitragsreihen wie „Die Rahlfs“ aus dem Leben in Niedersachsen. Einzig das „Hamburg Journal“ fällt in diesem Bereich etwas dürrig aus, bemüht sich stattdessen eher mit regulären Beitragsthemen das Interesse und die Relevanz in der Bevölkerung zu erreichen.

Der Internetauftritt der Ländermagazine ähnelt sich im Vergleich allerdings wieder stark sowohl in Aufbau als auch Inhalt. Es gibt ähnliche Informations- und Serviceangebote, gleiche Verlinkungen. Die Beitragsrubriken tauchen oft auf der Website noch einmal gesondert auf und auch die Angebote der NDR-Mediathek und die Möglichkeit der Livestream-Nutzung unterscheiden sich nur unwesentlich.

### **3.3. Die Akzeptanz des regionalen Programmangebots im Sendegebiet**

Die Höhe des Identifikationspotentials einer Sendung, die thematische und unmittelbare Nähe einer Sendung und der Rundfunkschaffenden dahinter zu einer Region und ihren Bewohnern, die Möglichkeit einer Sendung, für diese Menschen öffentliches Sprachrohr zu sein – all diese Faktoren lassen Rückschlüsse auf die Akzeptanz einer regionalen Sendung in ihrer Region zu. Doch bevor die Einschaltquoten der Sendungen Aufschluss über den Grad der Akzeptanz geben, muss geklärt werden, an was für ein Publikum sich das regionale Programmangebot überhaupt wendet.

### **3.3.1. Die Zielgruppen der regionalen Programmfenster**

Natürlich ist als Zielgruppe eines regionalen Fernsehprogramms zunächst ganz klar das Fernsehpublikum in einer jeweiligen Region definiert. Schließlich wird das Programm den regionalen Bedürfnissen, Besonderheiten und Gepflogenheiten dieser Bevölkerungsgruppe angepasst. Ohne diese regionale Spezialisierung kann eine Sendung kein Identifikationspotential entwickeln und demzufolge in der Regel keine enge Beziehung zu seiner Region aufbauen.

Allerdings unterliegt diese doch recht weitläufig umfasste Zielgruppe durchaus weiteren Einschränkungen. Denn der äußere und inhaltliche Aufbau der regionalen Formate, die Wahl der Themen und schließlich auch die Art der Berichterstattung lassen eine weiterführende Eingrenzung und Benennung jeweiliger Zielgruppen zu. Um diese Eingrenzung faktisch zu unterfüttern, werden parallel zu den Rückschlüssen des äußeren und inhaltlichen Erscheinungsbilds der regionalen Programmfenster auf das Alter ihres Publikums zielgruppenorientierte Quotenerhebungen des Norddeutschen Rundfunks zu Rate gezogen.

Bei einer Erfassung von Zielgruppen mit Hilfe eines Abgleichs dieser Faktoren fällt zunächst auf, dass die regionalen Programmfenster in der Regel nur wenig oder gar keine für Kinder relevanten oder auf Kinder zugeschnittene Inhalte thematisieren. Kinder, und damit ist hier die Zielgruppe von 3 bis 13 Jahren gemeint, spielen zwar nicht selten eine Rolle in den Beiträgen, die Beiträge selbst sind aber nur sehr selten auch an sie als Zuschauer gerichtet. Ebenso wenig wie das äußere Erscheinungsbild der Sendungen innerhalb der regionalen Programmfenster. Von Vorspann an bis zum Ende der Sendung ist der „Look“ an Zielgruppen höheren Alters gerichtet. Gleiches gilt für die Art der Berichterstattung. Der dabei sachliche, oft nachrichtlich Ton sowie der intellektuelle Anspruch der Sendungen zielen nicht auf die Altersgruppe der 3 bis 13-jährigen ab. In diesem Punkt unterscheidet sich keines der vier regionalen Programmfenster voneinander. Dementsprechend niedrig ist in dieser Zielgruppe in der Regel auch die Zuschauerbeteiligung. Das NDR Quotenbarometer 2010 (hochgerechnete Quotenerfassung vom 01.01.10 bis 08.07.10, eingeteilt nach Wochentagen), bestätigt dies für die Bundesländer Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Hamburg, wo es

Marktanteile dieser Altersgruppe zwischen 0,4% und maximal 4,5% zu verzeichnen gibt, wobei die höheren Werte in Regel bei den Ländermagazinen zu finden sind. Neben einem Montags-Ausreißerwert für Schleswig-Holstein (6,2%) fällt hier nur Mecklenburg-Vorpommern mit ungewöhnlich hohen Werten auf. Während die Zuschauerwerte des regionalen Kurzmagazins durchaus im Bereich der anderen Bundesländer liegen, gibt es beim Ländermagazin einen Marktanteil zwischen 8,6% und außerordentlichen 15,7%. Die Werte bezogen auf die regionalen Programmfenster der Norddeutschen Rundfunks zusammengekommen sind dann allerdings zwischen 1,0% und 3,1% wieder recht gering.<sup>50</sup>

Von dieser Zielgruppe ausgehend steigen die Zuschauerzahlen mit steigendem Alter des Publikums, obwohl die Werte in der nächst älteren Zielgruppe, den 14- bis 29-jährigen, zunächst stagnieren bzw. nur geringfügigen Zuwachs verzeichnen. Tatsächlich hat Mecklenburg-Vorpommern sogar erkennbar einen Rückgang der Werte in dieser Zielgruppe zu beklagen. Die trotzdem ungewöhnlich hohen Marktanteilsangaben des „Nordmagazins“ bewegen sich nur noch zwischen 8,2% und 11,8%. Wie bereits erwähnt, zielen Inhalt und Design der regionalen Programmfenster nicht vorrangig auf ein junges Publikum und damit auch nicht vorrangig auf die Jugendlichen im Sendegebiet, welche einen bedeutenden Teil in der Zielgruppe der 14- bis 29-jährigen ausmachen.<sup>51</sup>

Bereits bei den Zuschauern zwischen 30 und 39 Jahren gibt es allerdings einen deutlichen Wertaufschwung vor allem im Bereich der Ländermagazine. Sowohl Hamburg und Schleswig-Holstein als auch Mecklenburg-Vorpommerns Zuschaueranteil hat einen starken Zuwachs zu verzeichnen mit Werten des „Schleswig-Holstein Magazins“ von bis zu 13,6%, des „Hamburg Journals“ von bis zu 15,9% und des „Nordmagazins“ von bis zu 16%. Außenseiter ist hier allerdings das regionale Programmfenster Niedersachsens. Das Ländermagazin „Hallo Niedersachsen überschreitet nicht die 1,7% Marke in dieser Zielgruppe. Der Marktanteil der regionalen Kurzmagazine nimmt – allgemein betrachtet - im Gegensatz zu den

---

<sup>50</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer 3 bis 13 Jahre, Stand: 08.07.2010

<sup>51</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer 14 bis 29 Jahre, Stand: 08.07.2010



Ländermagazinen nur schwach zu oder stagniert. Einzig „Schleswig-Holstein 18:00“ hat hier deutlich höhere Werte zu verzeichnen. Der deutliche Wertezuwachs bei den Ländermagazinen wirkt sich freilich auch auf das Gesamtbild der regionalen NDR Programmfenster aus. Höchstwerte von über 7% sprechen für sich. Allerdings werden diese durch die schwachen Quoten Niedersachsen deutlich nach unten gedrückt.<sup>52</sup>

In der darauffolgenden Zielgruppe der Zuschauer zwischen 40 und 49 Jahre gehen die Ländermagazin Quoten für Hamburg und Schleswig-Holstein zwar leicht zurück. Niedersachsen hat allerdings einen deutlichen Wertezuwachs zu verzeichnen, auch wenn es sowohl beim regionalen Kurzmagazin als auch beim Ländermagazin im Vergleich das Schlusslicht bleibt. Auch Mecklenburg-Vorpommerns „Nordmagazin“ hat in dieser Zielgruppe deutlich höhere Marktanteilszahlen und übernimmt die quotenbezogene Führung unter den vier regionalen Programmfenstern mit Spitzenwerten von bis zu 23,6%. Die Werte für die regionalen Kurzmagazine steigen mit wenigen Ausnahmen ebenfalls kontinuierlich. In der Gesamtübersicht der regionalen Programmfenster ergibt diese Entwicklung insgesamt einen deutlichen Zuwachs des Zuschauergesamtanteils des NDR-Regionalprogramms.<sup>53</sup>

Dieser allgemeine Trend bestätigt sich mit zunehmendem Alter der Zielgruppen in allen vier regionalen Programmfenstern. Je älter das Publikum wird, desto höher wird die Zuschauerbeteiligung bzw. der zielgruppenspezifische Marktanteil der Sendungen. Gerade in den Altersgruppen „Zuschauer 60 bis 69 Jahre“ und „Zuschauer ab 70 Jahre“ bewegen sich – auf das gesamte NDR Regionalprogramm bezogen – die Werte zwischen 11,7% und 16,2% im Bereich der regionalen Kurzmagazine sowie zwischen 23,2% und 37,8% im Bereich der Ländermagazine.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer 30 bis 39 Jahre, Stand: 08.07.2010

<sup>53</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer 40 bis 49 Jahre, Stand: 08.07.2010

<sup>54</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer 60 bis 69 Jahre und Zuschauer ab 70 Jahre, Stand jeweils: 08.07.2010

Damit verstärken die Marktanteilszahlen die Annahme einer, von den regionalen Fernsehprogrammfenstern durch die Gestaltung der Sendungen und ihrer Inhalte selbst gewählten Zielgruppe außerhalb des Kinder- und Jugendlichenalters. Der starke Anstieg des Zuschaueranteils sowohl in den regionalen Kurz- als auch den Ländermagazinen ab einem Publikumsalter von 30 Jahren aufwärts unterstützt die Vermutung, dass das Programm auch vor allem für ein Publikum ab dieser Altersgruppe aufwärts gestaltet wird. Keines der vier verschiedenen Programmfenster macht an diesem Punkt einen wesentlichen Unterschied.

Außerdem lässt die Verteilung der Zuschaueranteile auf ein hohes Durchschnittsalter des regionalen Publikums schließen. Bedenkt man, dass es sich bei den regionalen Fernsehprogrammfenstern um öffentlich-rechtliches Fernsehprogramm handelt, fällt zudem eine Parallele zum hohen Zuschauerdurchschnittsalter des ARD-Gemeinschaftsprogramms „Das Erste“ auf. Letzteres entspricht nach Aussage des Online-Medienmagazins „dwdl.de“ einer Zahl von rund 60 Jahren.<sup>55</sup>

### **3.3.2. Die Quote als Indikator für die Akzeptanz der regionalen Programmfenster innerhalb ihrer Sendgebiete**

Auf der Suche nach den Zielgruppen, die das regionale Programmangebot des Norddeutschen Rundfunks ansprechen will und welchen entsprechend es sich daraufhin gestaltet, konnten vorher geäußerte Annahmen diesbezüglich bereits durch Einschaltquoten aus dem Quotenbarometer des NDR Fernsehens bewiesen werden. Einschaltquoten geben allerdings nicht nur Aufschluss über die Zielgruppe oder den zielgruppenorientierten Erfolg einer Sendung, sondern sagen vor allem etwas über allgemeine Akzeptanz und Beliebtheit einer Sendung in ihrem Sendgebiet aus. So geben sie Auskunft darüber, ob das inhaltliche und äußerliche Profil der regionalen Programmfenster, ihr regional orientiertes Image also, beim Publikum der Region funktioniert und ob ihr jeweiliges Identifikationspotential hoch genug war, um eine möglichst große Nähe zum regionalen Publikum zu generieren. Wie beliebt sind die regionalen

---

<sup>55</sup> vgl. Lückerath 2010, [www.dwdl.de](http://www.dwdl.de), Stand: 03.11.2010

Programmfenster in ihren jeweiligen Regionen? Ist ihr Beliebtheitsgrad auf einem ähnlichen Niveau oder gibt es gravierende Unterschiede?

Um diese Fragen zu beantworten, soll ein spezifischer Blick auf die Einschaltquoten der einzelnen regionalen Programmangebote des NDR geworfen werden, die für den Zweck dieser Analyse im Zeitraum vom 19.07.2010 bis zum 25.07.2010 erhoben wurden. Es handelt sich bei den verwendeten Daten um die gestaffelten und errechneten Einschaltquoten der Regionalfenster vom 01.07. bis zum 25.07. des Jahres 2010. Alle Quotenwerte beziehen sich in Marktanteilsangaben sowie reellen Zuschauerzahlen auf eine Zielgruppe von Zuschauern ab einem Alter von drei Jahren. Es werden dabei vor allem die Einschaltquoten und damit der Beliebtheitsgrad der vier Ländermagazine unter die Lupe genommen.

Zuvor soll jedoch eine andere zentrale Frage beantwortet werden: Wie beliebt ist das regionale Fernsehprogramm des Norddeutschen Rundfunks überhaupt im Vergleich zu den anderen Formaten des Senders?

Eine Antwort darauf gibt erneut das NDR Quotenbarometer. Aus ihm geht deutlich hervor, dass keine andere NDR-Sendung zu keiner anderen Tageszeit höhere Einschaltquoten und damit einen höheren Marktanteil im Sendegebiet hat als das halbstündige Regionalprogramm ab 19:30 Uhr mit Werten zwischen 17,6% und 20,3%, dicht gefolgt von der im Anschluss laufenden „Tagesschau“ (zwischen 13% und 16,6%). Damit sind die Ländermagazine die meistgesehenen Sendungen im Sendegebiet. Und auch die regionalen Kurzmagazine bewegen sich zwischen 8,1% und 9,1% im gehobenen Mittelfeld und sind damit ebenfalls gern gesehenes NDR-Fernsehprogramm.<sup>56</sup> Es muss dazu erwähnt werden, dass – und darauf wurde im Laufe dieser Arbeit bereits hingewiesen – gerade die Ländermagazine einen Sendeplatz am Ende des Vorabendprogramms haben, weil hier ein Großteil des Fernsehpublikums erreicht werden kann. Die Zahl der Fernsehzuschauer steigt bekanntermaßen von Anfang des Vorabends bis zur sogenannten Prime Time um 20.15 Uhr kontinuierlich an.<sup>57</sup>

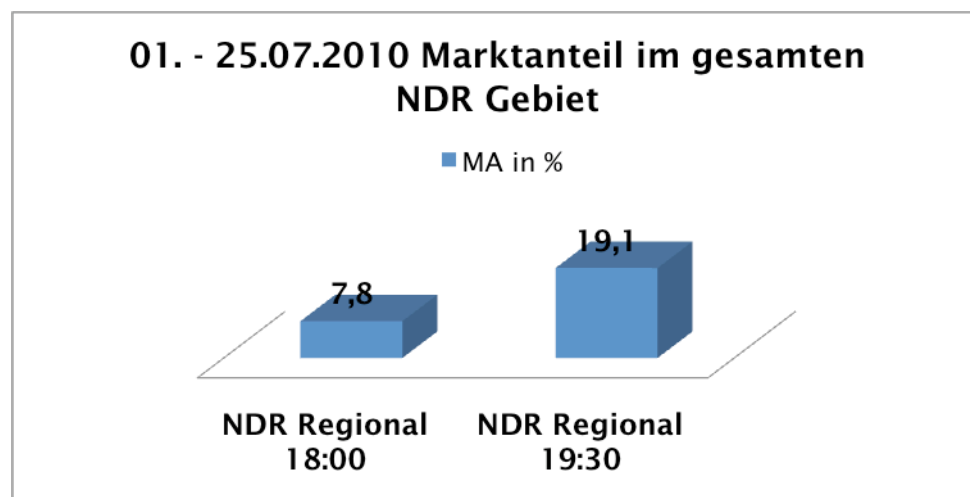
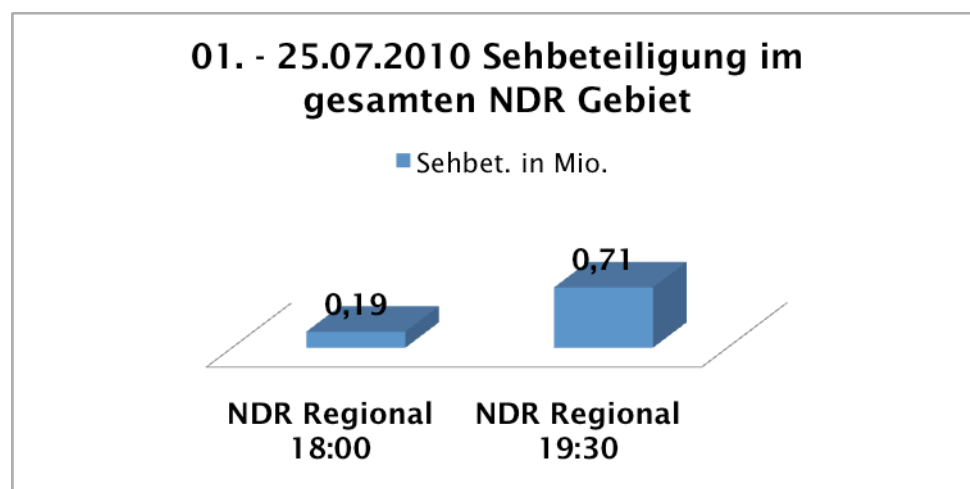
---

<sup>56</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer ab 3 Jahre, Stand: 08.07.2010

<sup>57</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 28

Mit diesen Zahlen des Jahresquotenbarometers ist neben der allgemeinen großen Beliebtheit der regionalen Programmfenster noch etwas anderes deutlich geworden: ein Ungleichgewicht eben jener Beliebtheit zwischen den regionalen Kurzmagazinen und den Ländermagazinen. Folgende grafischen Darstellungen mit Werten, die sich auf den Zeitraum vom 01.07.2010 bis zum 25.07.2010 beziehen, sollen repräsentativ für dieses allgemeine Ungleichgewicht stehen und es veranschaulichen:

**Abbildungen 1 und 2:**



Der besagte Unterschied ist hier sowohl durch die Gegenüberstellung der Zahl der Sehbeteiligungen („NDR Regional“ 18:00 mit 0,19 Mio. und „NDR Regional 19:30“ mit 0,71 Mio. Zuschauern) innerhalb des NDR-

Sendegebietes als auch den Vergleich der Marktanteilsangaben („NDR Regional 18:00“ mit 7,8% und „NDR Regional 19:30 mit 19,1%) deutlich zu erkennen. Mit den Bezeichnungen „NDR Regional 18:00“ und „NDR Regional 19:30“ sind natürlich die beiden Komponenten der regionalen Programmfenster gemeint, die regionalen Kurzmagazine und die Ländermagazine. Zwar ist bei der Gegenüberstellung der Sehbeteiligung stets zu beachten, dass in der Regel um 18:00 Uhr nicht die gleiche Menge an Menschen ihren Fernsehempfangsgerät eingeschaltet hat, dennoch geht aus den Darstellungen und aus dem Quotenbarometer des NDR für das 2010 eindeutig hervor, dass sich im NDR-Sendegebiet die Ländermagazine weitaus größerer Beliebtheit erfreuen als die regionalen Kurzmagazine.

*Allerdings muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass – auch wenn es auf das gerade erhaltene Ergebnis und auch kommende Ergebnisse dieser Analyse keinen Einfluss hat und daher in den folgenden Erhebungen nicht näher berücksichtigt wird – in die Werte der beiden oberen Darstellungen auch das Bundesland Bremen als zum NDR-Sendegebiet zugehörig mit hineingerechnet wird. Für die Sehbeteiligung im gesamten Sendgebiet ergibt das einen Bremen-Anteil von 0,01 Mio. Zuschauern.<sup>58</sup>*

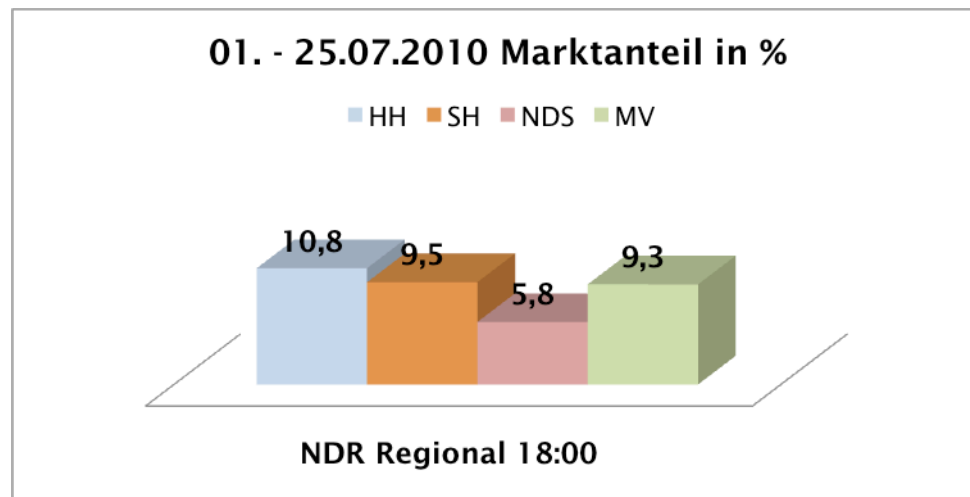
Nun da eine hohe allgemeine Beliebtheit der regionalen Programmfenster innerhalb des NDR-Programms und ein Ungleichgewicht dieser Beliebtheit zwischen den regionalen Kurzmagazinen und den Ländermagazinen festgestellt worden ist, soll ein direkter Vergleich der Zuschauerbeteiligungen in ihren jeweiligen Sendgebieten Aufschluss über die Einzelbeliebtheiten der regionalen Programmfenster geben.

Zu diesem Zweck soll die nächste grafische Darstellung die Marktanteils-  
werte der einzelnen vier regionalen Kurzmagazine in ihren jeweiligen  
Sendebereichen gegenüberstellen.

---

<sup>58</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

**Abbildung 3:**



Für diese und kommende grafische Erhebungen gilt: Die Abkürzung des jeweiligen Bundeslandes in der Legende der Darstellung steht generell für die jeweilige regionale Sendung dieses Bundeslandes.

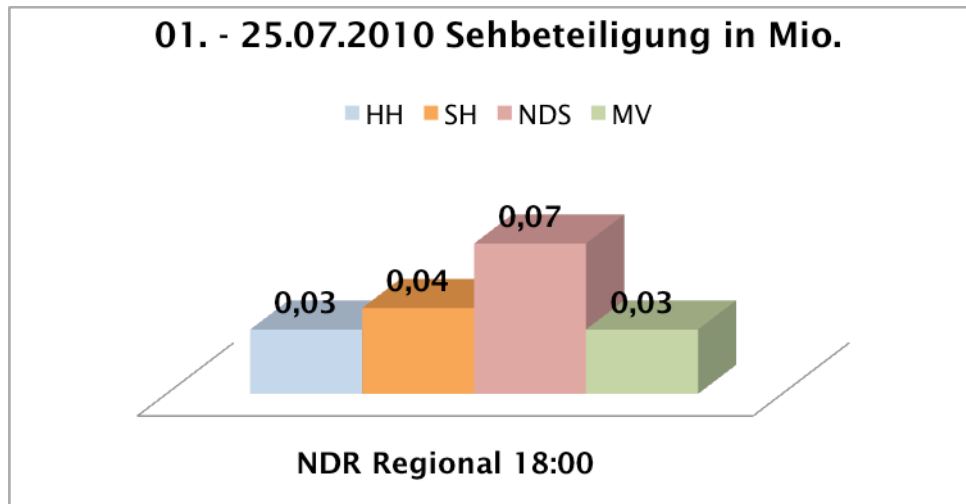
Bei der Betrachtung wird sofort deutlich, dass sich die Marktanteilsangaben des „Hamburg Journals 18:00“, von „Schleswig-Holstein 18:00“ und „Land und Leute“ nur geringfügig unterscheiden. Das Hamburger Kurzmagazin legt hier mit einem Wert von 10,8% knapp vor den 9,5% Niedersachsens und den 9,3% Mecklenburg-Vorpommerns. Niedersachsen unterscheidet sich von diesen Werten allerdings in beachtlichem Ausmaß und ist mit nur 5,8% Marktanteil einsames Schlusslicht.<sup>59</sup> Gleicht man diese Werte mit denen des NDR Quotenbarometers für das Jahr 2010 ab, sind diese durchaus repräsentativ. Zwar steht nicht immer das „Hamburg Journal 18:00“ an der Spitze, doch sind auch dort die Unterschiede zwischen Hamburg (9,8% bis 10,7%), Mecklenburg-Vorpommern (9,3% bis 11,1%) und Schleswig-Holstein (9,5% bis 11,6%) nur unwesentlich, während Niedersachsen –

---

<sup>59</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

wenn auch nicht so drastisch wie in der obigen Darstellung – mit einigem Abstand nach oben auf dem letzten Platz verweilt (6,4% bis 7,2%).<sup>60</sup>

**Abbildung 4:**



Bei der obigen grafischen Darstellung der Sehbeteiligungen an den regionalen Kurzmagazinen im jeweiligen Sendegebiet sieht die Verteilung deutlich anders aus. Mit 0,07 Mio. Zuschauern ist Niedersachsen hier deutlich vorn, Niedersachsen mit 0,04 Mio. ist im Mittelfeld, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern mit jeweils nur 0,03 Mio. Zuschauern liegen deutlich hinten.<sup>61</sup> Diese Werte stehen dennoch keinesfalls in Widerspruch mit den Marktanteilsangaben. Der Grund für diese Verteilung liegt in der Einwohnerzahl der einzelnen Sendegebiete. Deshalb liegt Niedersachsen als bevölkerungsreichstes der vier Bundesländer hier weit vorn, obwohl „Niedersachsen 18:00“ den im Vergleich geringsten Marktanteil zu verzeichnen hat. Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Hamburg als Bundesländer mit im Vergleich weniger Einwohnern liegen dementsprechend dahinter und das obwohl sie einen weit höheren Marktanteil für sich verbuchen können. Gemessen an den eigenen Bevölkerungszahlen ist die jeweilige Sehbeteiligung Mecklenburg-

<sup>60</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer ab 3 Jahre, Stand: 08.07.2010

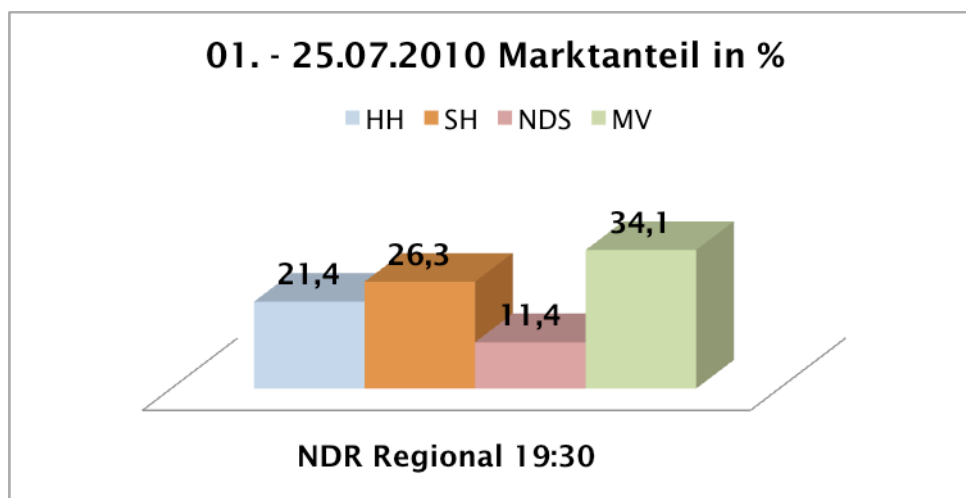
<sup>61</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

Vorpommerns, Hamburgs und Schleswig-Holsteins selbstverständlich deutlich höher als die Niedersachsens. Bei der obigen Grafik handelt es sich lediglich um eine Gegenüberstellung der tatsächlichen Zuschauerzahlen der einzelnen regionalen Sendungen in ihrem jeweiligen Sendegebiet.

Anhand dieses direkten Marktanteilvergleichs der regionalen Kurzmagazine bezogen auf das jeweilige Sendegebiet geht also deutlich hervor, dass sich das „Hamburg Journal 18:00“, „Schleswig-Holstein 18:00“ und „Land und Leute“ einen ähnlich hohen, im Vergleich zum restlichen NDR-Fernsehprogramm allerdings im gehobenen Mittelfeld befindlichen Beliebtheitsgrad beim Publikum in ihrer jeweiligen Region für sich verzeichnen können. „Niedersachsen 18:00“ ist ob der Unterschiede zu den anderen drei Kurzmagazinen im Vergleich bei seinem Publikum deutlich unbeliebter und damit Schlusslicht dieses Vergleichs.

Die Gegenüberstellung des jeweiligen Marktanteils der vier Ländermagazine in ihrem jeweiligen Sendegebiet fällt da schon deutlich differenziert aus, wie das nun folgende Diagramm deutlich macht:

**Abbildung 5:**



Es geht daraus klar hervor, dass Mecklenburg-Vorpommerns „Nordmagazin“ mit 34,1% hier den mit Abstand höchsten Marktanteil für sich



verbuchen kann. Beinahe ganze acht Prozentpunkte darunter liegt das „Schleswig-Holstein Magazin“ auf einem zweiten Platz (26,3%). Das „Hamburg Journal“ liegt mit fast fünf Prozentpunkten weniger, sprich mit einem Marktanteil von 21,4% an dritter Stelle. Weit dahinter liegt „Hallo Niedersachsen“. Der Marktanteil von 11,4% im eigenen Sendegebiet verschlägt das öffentlich-rechtliche regionale Ländermagazin des größten norddeutschen Bundeslandes mit großem Abstand wieder an die hinterste Stelle. Damit ergibt sich nicht nur eine deutliche höhere Differenz zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Marktanteil eines Ländermagazins im eigenen Sendegebiet – zwischen dem „Nordmagazin“ und „Hallo Niedersachsen“ ganze 22,6% - sondern auch mit den Platzierungen des „Hamburg Journals“ und des „Schleswig-Holstein Magazins“ die Herausbildung eines Mittelfeldes, das gleichermaßen nach oben als auch nach unten einen deutlichen Abstand erkennen lässt. Doch auch selbst innerhalb dieses Mittelfeldes sind die Unterschiede der Marktanteilswerte klarer erkennbar.<sup>62</sup>

Der vergleichende Blick auf das NDR-Quotenbarometer 2010 zeigt mit geringfügigen Abweichungen, dass die erhobenen Werte vom 01.07.2010 bis 25.07.2010 erneut durchaus weitestgehend repräsentativ sind. Auch hier verteidigt das „Nordmagazin“ seine führende Position und offenbart Werte in ähnlicher Höhe (31% bis 36,1%). An zweiter Stelle auch hier das „Schleswig-Holstein Magazin“, allerdings mit einer Wertspanne von Tag zu Tag zwischen 25,1% und 30% zum Teil näher am erstplatzierten Ländermagazin Mecklenburg-Vorpommerns. Die Werte aus dem Jahresquotenbarometer für das „Hamburg-Journal“ sind dem aus dem obigen Diagramm recht ähnlich, liegen mit einer tagesabhängigen Schwankung zwischen 18,7% und 22,5% teilweise sogar darunter. Trotzdem auch hier ein dritter Platz für das Ländermagazin der Region Hamburg. Und auch „Hallo Niedersachsen“ bestätigen die tagesdifferenzierten Werte des NDR-Quotenbarometers eine Außenseiter-

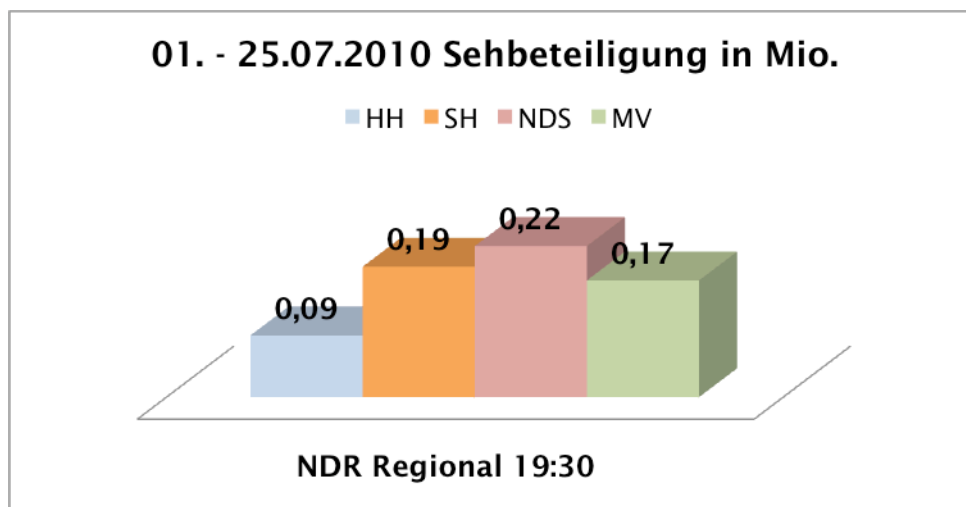
---

<sup>62</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

position mit konstant schwachen Marktanteilswerten im eigenen Sendegebiet (11% bis 12%).<sup>63</sup>

Die im Vergleich zu den regionalen Kurzmagazinen deutlich größer gewordenen Unterschiede zwischen den verschiedenen Marktanteilen der Ländermagazine haben auch einen Einfluss auf das Verhältnis der jeweiligen Sehbeteiligungen.

**Abbildung 6:**



Obwohl das Ländermagazin des mit Abstand bevölkerungsreichsten NDR-Sendegebiets, ist – im Vergleich zu den Werterhebungen der regionalen Kurzmagazine – der Abstand von „Hallo Niedersachsen“ Zuschauerzahl zur Zahl der anderen Ländermagazine deutlich geringer geworden. Die 0,22 Mio. Zuschauer beschenken Niedersachsen aufgrund seiner vielen Einwohner zwar immer noch einen deutlich erkennbaren ersten Platz. Der so geringe Marktanteil des Ländermagazins, die im Vergleich dazu deutlich höheren Marktanteile der anderen Ländermagazine und die deshalb im Verhältnis weitaus höheren Sehbeteiligungen in den jeweiligen Sendegebietern Mecklenburg-Vorpommern (0,17 Mio.) und Schleswig-

---

<sup>63</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer ab 3 Jahre, Stand: 08.07.2010

Holstein (0,19 Mio.)<sup>64</sup>, lassen den Abstand nach unten schwinden. Auch in dieser Gegenüberstellung der jeweiligen Zuschauerzahlen im eigenen Sendegebiet wird der hohe Marktanteil des „Nordmagazins“ deutlich. Obwohl es das Ländermagazin des bevölkerungsärmsten der vier Bundesländer ist, setzt es sich durch seine hohe Sehbeteiligung im eigenen Land deutlich vom zahlenmäßig ähnlich dicht bevölkerten Hamburg ab und reicht auf seinem dritten Platz beinahe an die Zuschauerzahlen Schleswig-Holsteins, das im Vergleich zu Mecklenburg-Vorpommern sogar rund 1,2 Mio. mehr Einwohner hat.

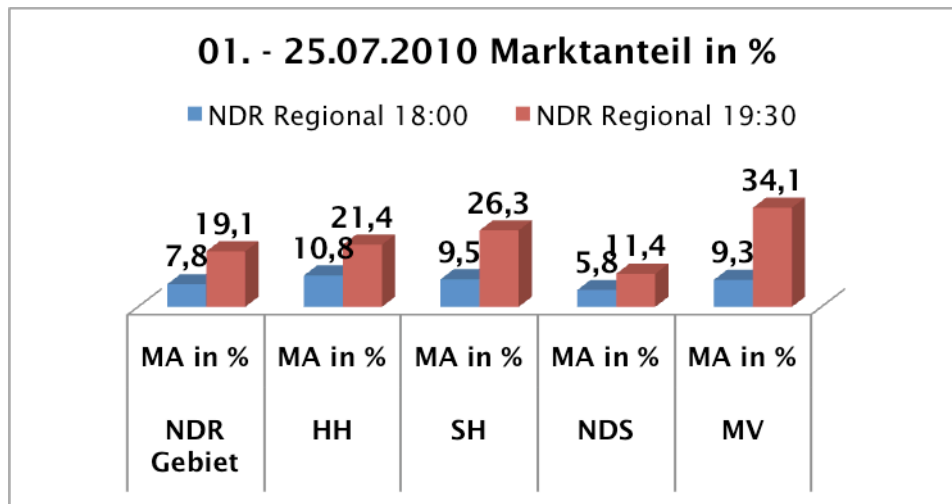
So geht schließlich aus dem Quotenvergleich und auch Sehbeteiligungsvergleich der vier NDR-Ländermagazine eindeutig hervor, dass Mecklenburg-Vorpommerns „Nordmagazin“ das mit Abstand beliebteste und damit am meisten akzeptierte regionale Landesmagazin des Norddeutschen Rundfunks ist. „Das Schleswig-Holstein Magazin“ liegt in diesem Beliebtheitsvergleich auf einem zweiten Platz und bildet mit dem ein paar Prozentpunkte weiter unten liegenden Drittplatzierten, dem „Hamburg Journal“, das Mittelfeld. Am wenigsten beliebt und akzeptiert im eigenen Sendegebiet ist mit deutlichem Abstand Niedersachsens regionales Magazin „Hallo Niedersachsen“.

Zum Abschluss soll die folgende grafische Gegenüberstellung der Marktanteile sowohl der regionalen Kurzmagazine als auch der Ländermagazine einen Überblick darüber geben, welches der vier regionalen Programmfenster als das am meisten akzeptierte gilt:

---

<sup>64</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

**Abbildung 7:**



Das „Nordmagazin“ mit dem - in grafischen Darstellungen - bei weitem höchsten Marktanteil unter den Ländermagazinen (34,1%) und seine regionalen Frühausgabe „Land und Leute“ mit einem Marktanteil (9,3%) ähnlich dem des „Hamburg Journals 18:00“ (10,8%) und dem von „Schleswig-Holstein 18:00“ (10%) bilden – zumindest innerhalb der Quotenerhebungen im Zeitraum vom 01.07.2010 bis zum 25.07.2010 das erfolgreichste und im Vergleich beliebteste regionale Fernsehprogrammfenster des Norddeutschen Rundfunks. Die Wertespanne des NDR Fernsehen Jahresbarometer hat allerdings gezeigt, dass das regionale Fernsehprogrammfenster für Schleswig-Holstein durchaus in der Lage ist einen ähnlich hohen Beliebtheitsgrad zu erreichen. Mit einer geringen Akzeptanz sowohl des regionalen Kurzmagazins (5,8% Marktanteil) als auch des Ländermagazins (11,4% Marktanteil)<sup>65</sup> in der Bevölkerung des eigenen Sendegebiets stellt sich in dieser Quotenerhebung das Regionalprogramm Niedersachsens als das mit Abstand am wenigsten beliebte und akzeptierte der vier regionalen

<sup>65</sup> Werte in Grafik und Text entnommen dem NDR-Intranet, GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet

NDR-Fernsehprogrammfenster heraus. Auch im Jahrestrend des NDR Quotenbarometers 2010 wird dieses letztgenannte Ergebnis bestätigt.<sup>66</sup>

Darüber hinaus belegt die obige grafische Darstellung noch einmal im Einzelvergleich das Ergebnis vom Anfang dieses Analysenabschnitts. Sie bestätigt, dass sich die Ländermagazine um 19.30 Uhr einer allgemein höheren Beliebtheit als die regionalen Kurzmagazine um 18.00 Uhr erfreuen.

#### **4. Eine Aufstellung möglicher Gründe für die Unterschiede zwischen den regionalen Programmfenstern des NDR**

Der direkte Vergleich hat es gezeigt: Unter verschiedenen Aspekten haben sich deutliche Unterschiede zwischen den vier regionalen Fernsehprogrammfenstern abgezeichnet. Gerade im inhaltlichen und programmstrukturellen Aufbau und Profil der Sendungen sowie in deren Akzeptanz bei ihren Zuschauern hat die Analyse eine zum Teil recht große Heterogenität innerhalb des NDR-Regionalprogramms herausstellen können.

Die eben genannten Aspekte stehen freilich in direkter Abhängigkeit voneinander. Veränderungen im inhaltlichen und programmstrukturellen Ablauf der Sendungen wirken sich in unmittelbarer Weise auf das Sehverhalten des Publikums und damit auch auf die Akzeptanz der Sendung seinen Zuschauern aus. Andererseits haben die regional individuellen Bedürfnisse und Eigenarten des Publikums, mit denen jenes Sehverhalten bekanntermaßen verbunden ist, Auswirkungen auf den inhaltlichen Aufbau und das übrige äußere Erscheinungsbild der jeweiligen Sendung. Deshalb sind wissenschaftliche Erkenntnisse in diesen Bereichen für die Rundfunkschaffenden von größter Bedeutung, wenn es darum geht, ihre Sendung – in diesem Fall die regionalen Fernsehprogrammfenster des Norddeutschen Rundfunks – zu optimieren und den Bedürfnissen ihres Publikums besser anpassen zu können.

---

<sup>66</sup> NDR FS Quotenbarometer 2010, Zuschauer ab 3 Jahre, Stand: 08.07.2010

Um dies zu erreichen, ist es nicht genug, nur die Unterschiede zu kennen. Ihre Herkunft ist entscheidend, um die richtigen Konsequenzen bei der Programmoptimierung ziehen zu können. Im letzten Abschnitt dieser Arbeit soll nun einigen jener Unterschiede aus den analysierten Bereichen auf den Grund gegangen werden.

#### **4.1. Das zielgruppenorientierte Image: Ein Profil für jede Region**

Im Laufe der einzelnen Sendungsbeschreibungen ebenso wie durch deren direkten Vergleich auf der Suche nach Disparitäten im inhaltlichen Aufbau und Ablauf wurde auffällig, wie unterschiedlich sich die einzelnen Sendungen profiliert haben. Die Herausbildung eines solchen - mehr oder weniger - einheitlichen Profils erfolgt in erster Linie bezogen auf ein regionales Programmfenster in seiner Gesamtheit. Das heißt, das jeweilige regionale Kurzmagazin und das Ländermagazin bilden als Einheit ein gemeinsames Sendungsprofil. Es handelt sich bei diesem Profil um ein zielgruppenorientiertes Image, das von den jeweiligen Sendungen herausgebildet wird, um ihr Identifikationspotential und damit ihre Akzeptanz beim Publikum in ihrer Region zu erhöhen.

Es gibt unter den Profilen so deutliche Unterschiede, weil die im vorhergehenden Absatz formulierten Ziele erreicht werden sollen, indem die zielgruppenorientierten Images der Sendungen auf die regionale Individualität des Publikums im jeweiligen Sendegebiet abgestimmt werden. Die Zielgruppe ist hier in erster Linie die Bevölkerung der jeweiligen Region. Das Programmprofil orientiert sich demzufolge hauptsächlich an deren regional individuellen Bedürfnissen, Eigenarten und Eigenschaften. Zu einem nicht unerheblichen Teil wird das regionale Fernsehprogramm so zum Abbild der Sichtweise der Zuschauer auf ihre jeweilige Region und versucht damit die Region und ihre Bewohner so zu repräsentieren, wie sie sich selber sehen. Und freilich hat jedes der vier NDR-Länder ein Publikum mit ganz eigenen regional individuellen Bedürfnissen mit individuellen Anforderungen, die es an ihr regionales Fernsehprogramm stellt. So wie es Eigenschaften und Eigenarten aufweist, die das regionale Fernsehen berücksichtigen muss, um in der Region erfolgreich zu sein.

Es kommt also nicht von ungefähr, dass keines der regionalen Programmfenster ist wie das andere. Ein paar Beispiele sollen an dieser Stelle helfen, den Sachverhalt zu erläutern:

Hamburg als deutsche Metropole, eines der wirtschaftlichen sowie kulturellen Zentren der Bundesrepublik, die gerade auch vielen Menschen jüngerer Alters ein Zuhause ist, hat aufgrund dieser seiner individuellen Eigenschaften ein regionales Programmfenster, dessen Sendungen sich thematisch an die Besonderheiten anpassen. Sendungen, die einen größeren kulturellen Schwerpunkt setzen als zum Beispiel das regionale Programm in Niedersachsen oder Schleswig-Holstein und die sich mit ganz bestimmten Themen wie beispielsweise der Integration in Deutschland verstärkter auseinander setzen als zum Beispiel das regionale Programm Mecklenburg-Vorpommerns, einem Bundesland, wo diese Thematik längst nicht soviel regionale Relevanz hätte. Letztendlich liegt die Vermutung nahe, dass auch das vergleichsweise geringere Maß des Hamburger Regionalprogramms an unmittelbarer Nähe zum Publikum auf die individuellen Rundfunkanforderungen seines Publikums zurückzuführen ist. Möglicherweise wurde aus diesem Grund bewusst von den Rundfunkschaffenden des „Hamburg Journals“ und dessen Frühausgabe weniger Wert auf diese Art der Nähe zum Publikum gelegt. Ganz anders Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein, die, gemessen am hohen Maß des Erfolgs ihres Regionalprogramms und am ebenso hohen Maß unmittelbarer Nähe zu den Zuschauern, offensichtlich ein Publikum mit sehr hoher emotionaler Anbindung an ihr Regionalfernsehen aufweisen. Genauso gehört es zum Profil der beiden letztgenannten Regionalprogramme, auch die touristischen Vorzüge des jeweiligen Sendegebiets zu thematisieren, nicht nur weil Tourismus dort eines der wichtigsten wirtschaftlichen Standbeine ist, sondern auch weil sich die jeweilige Region, also die Menschen dort, mit diesem Aspekt ihrer Heimat identifizieren und um dessen Bedeutung wissen.

Und wo sich das „Hamburg Journal“ und seine Frühausgabe klar das Image eines Großstadtmagazins aufgebaut haben und versuchen dieses metropolitane Profil sowohl inhaltlich als auch im äußeren Erscheinungsbild der Sendungen stets zu bedienen, weisen die übrigen drei Fernsehprogrammfenster der Bundesländer mit wesentlich strukturschwächeren Gegenden innerhalb des Sendegebiets ein weitaus

ländlicheres Image auf. Gerade das „Nordmagazin“ und „Hallo Niedersachsen“ aber auch die regionalen Kurzmagazine Mecklenburg-Vorpommerns und Schleswig-Holstein thematisieren oft und gern das Leben und die Leute in den eigenen ländlichen Regionen.

Betrachtet man die Sichtweise eines regionalen Programms auch, wie erwähnt, als ein Stück weit Abbild der Sichtweise der jeweiligen Bewohner auf ihre Region, stellt sich die Frage inwieweit das „Wesen“ des regionalen Programms auch ein Stück weit Abbild des Wesens seiner Zuschauer ist; gerade unter dem Aspekt, dass die Rundfunkschaffenden der jeweiligen regionalen Fernsehprogrammfenster nicht selten selbst der Region entstammen, für die sie Fernsehen machen. Ein großer Vorteil dieser Überlegung wäre, dass die Zuschauer sich so noch besser emotional und vielleicht auch charakterlich mit ihrem Regionalprogramm identifizieren können.

Fakt - trotz aller Vermutungen - ist jedoch der unmittelbare Einfluss der Gepflogenheiten und Bedürfnisse der Bewohner einer Region auf das Profil ihres regionalen Fernsehprogramms. Und auf Grundlage dieses Ergebnisses ist schließlich auch die Existenz gleich vierer unterschiedlicher regionaler Programmprofile zu begründen.

#### **4.2. Quotenwunder Mecklenburg-Vorpommern: Gründe für die kontinuierlich sehr hohen Einschaltquoten des Regionalfensters M-V**

Es scheint auf den ersten Blick nicht unbedingt selbstverständlich, dass das regionale Fernsehprogramm des Norddeutschen Rundfunks gerade in Mecklenburg-Vorpommern auf solch große Beliebtheit und Akzeptanz beim Publikum trifft. Schließlich ist es das norddeutsche Bundesland mit der jüngsten NDR-Geschichte und die Zeit, um hier ein öffentlich-rechtliches Regionalprogramm zu etablieren, war im Vergleich zu den anderen drei NDR-Ländern enorm kurz. Dennoch beweisen es die Einschaltquoten: Das „Nordmagazin“ und „Land und Leute“ bilden zusammen eines der erfolgreichsten, wenn nicht sogar das erfolgreichste regionale Fernsehprogrammfenster des NDR.



Zu verdanken ist das in erster Linie der außerordentlich großen Beliebtheit und hohen Akzeptanz des „Nordmagazins“, das sich als das mit Abstand erfolgreichste der vier NDR-Ländermagazine beweist. Die Ergebnisse des Quotenvergleiches in dieser Analyse haben dies einmal mehr unterstrichen.<sup>67</sup> Doch auch das werktägliche regionale Kurzmagazin „Land und Leute“ mit konstanten Einschaltquoten im - verglichen mit dem übrigen NDR-Programm - in der Regel gehobenen Mittelfeld ist bei der Bevölkerung Mecklenburg-Vorpommerns durchaus populär und in Gegenüberstellung zu den regionalen Kurzmagazinen der anderen NDR-Länder absolut konkurrenzfähig.<sup>68</sup>

Doch wo liegen die Gründe für die hohe Popularität des öffentlich-rechtlichen regionalen Fernsehens bei der Bevölkerung Mecklenburg-Vorpommerns?

Ein hohes Identifikationspotential eines regionalen Programms als Grundlage für die erfolgreiche wechselseitige Identifikation zwischen regionalem Programm und seinem regionalen Publikum wurde im Laufe dieser Arbeit bereits mehrfach als Indikator für den Erfolg eines regionalen Fernsehprogramms aufgeführt. Aufgrund dessen ist anzunehmen, dass das regionale Fernsehprogramm des NDR Mecklenburg-Vorpommern (und sein „Nordmagazin“ im Besonderen) über ein solches hohes Identifikationspotential verfügt und in der Folge die Identifikation des Publikums mit dem Programm außerordentlich erfolgreich verläuft. Dass dem so ist und es auch so bleibt, scheint in erheblichem Maße ein außerordentlich gut an die Region und ihre Bevölkerung angepasstes Programmprofil zu gewährleisten.

Zunächst hat die Beschreibung der beiden regionalen Sendungen „Land und Leute“ und „Nordmagazin“ eine hohe Zahl an regionalen Bezugspunkten innerhalb der Formate offenbart. Von Vorspann bis zur Wettervorhersage gegen Ende der Sendungen ist die Region Mecklenburg-Vorpommern darin allgegenwärtig. Die Dichte der Beiträge, in denen die Region und ihre Bewohner selbst die zentrale Rolle spielen ist außerordentlich hoch. Vor allem in den vielen wiederkehrenden

---

<sup>67</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 64f.

<sup>68</sup> vgl. Fitsch 2010, S. 62-64

Rubriken des „Nordmagazins“ wie den „Dorfgeschichten“ oder der „Heimatkunde“ bzw. im Kurzmagazin „Land und Leute“ selbst geht es vor allem darum, die Region als solche in ihrer Einzigartigkeit, mit ihren Besonderheiten und natürlich ihren Bewohnern in sehr positiver Weise vorzustellen, zu thematisieren und zu repräsentieren. Gerade anhand dieser regelmäßigen Beispiele aber auch Rubriken wie der „Zeitreise“ und natürlich vieler regulärer Magazinbeiträge lässt sich im regionalen Fernsehprogramm Mecklenburg-Vorpommerns die erwähnte und als für einen erfolgreichen Identifikationsprozess offensichtlich bedeutende unmittelbare Nähe zum Publikum erkennen: Die „Zeitreise“ thematisiert die jüngste Vergangenheit der Region anhand eines persönlichen Schicksals einer Person. In den „Dorfgeschichten“ zeigen die Bewohner eines Dorfes innerhalb des Sendegebiets dem Moderator und so dem Publikum vor dem Fernseher ihr persönliches Stück Heimat. In „Land und Leute“ dreht sich in jeder Ausgabe fast die komplette Sendung um jeweils einen reizvollen Ort im Sendegebiet und die Menschen dort. Darüber hinaus scheint sich gerade das „Nordmagazin“ – und hier sei noch einmal die Rubrik „Klar und deutlich“ hervorgehoben – stark für die Meinung seines Publikums zu interessieren und lässt es diese Meinung entsprechend oft und ausgiebig äußern. Selbstverständlich besitzen auch die anderen regulären Magazinbeiträge thematisch eine sehr hohe regionale Relevanz. Doch die Themen weisen darüber hinaus auch eine große aufs Alter der Zuschauer bezogene Zielgruppenrelevanz. Das durch Kapitel 3.3.1. festgestellte gehobene Alter der Zuschauer, an die sich die regionalen Sendungen richten, schlägt sich deutlich auch in der Themenwahl gerade des „Nordmagazins“ nieder. Auch Ratgeberbeiträge wie der wöchentliche Gartentipp liegen sehr wahrscheinlich weniger im Interessenfeld der jüngeren regionalen Bevölkerung. Ebenso der Blick in die Vergangenheit der Region in der Rubrik „Zeitreise“ spricht vor allem die persönlichen Erfahrungen und gemeinsamen Erinnerungen der Bevölkerung gehobenen Alters an.

Darüber hinaus werden neben einer recht ausgewogenen Themenwahl, in der allen Gegenden der Region repräsentiert werden, verstärkt auch Themen gesucht, welche die gesamte Region Mecklenburg-Vorpommern betreffen und nicht nur einen bestimmten Teil. Auch hier sind die Rubriken „Zeitreise“ und „Heimatkunde“ zu nennen, die diese Anforderungen zumeist erfüllen können – erstere durch den gemeinsamen thematischen

Konsens der DDR-Vergangenheit, Zweitgenannte vor allem dadurch, dass sie sich gesamtregionalen Besonderheiten Mecklenburg-Vorpommerns widmet. Ein weiteres Themengebiet dieser Art ist der Sport. Die Berichterstattung im „Nordmagazin“ über sportliche Ereignisse besonders in den Bereichen Fußball, Handball und Reitsport erfreuen sich gesamtregional überaus großer Beliebtheit. In Gegenüberstellung mit den anderen Ländermagazinen gibt es nirgendwo einen vergleichbar großen Schwerpunkt Sport. Allerdings lassen die hohen Einschaltquoten vor allem des „Nordmagazins“ ohnehin auf eine regional recht homogene Bevölkerung vermuten, die sich – unabhängig davon, aus welchem Teil des Bundeslandes sie stammen – für Themen aus allen Gebieten der Region interessieren. Zu vermuten wäre in diesem Zusammenhang eine starkes „Wir-Gefühl“ auf Ebene des gesamten Bundeslandes und ein relativ gesamtregionales räumliches Verständnis des Begriffs „Heimat“. Darüber hinaus arbeiten das regionale Fernsehprogramm und das regionale Hörfunkprogramm des Norddeutschen Rundfunks in Mecklenburg-Vorpommern eng zusammen. Das in der Region außerordentlich beliebte „NDR 1 Radio M-V“ und das „Nordmagazin“ nehmen wechselseitig häufig thematischen Bezug aufeinander und kündigen sich und ihre Themen gegenseitig an. Die Zusammenarbeit geht soweit, dass mit „Klar und deutlich“ sogar eine gemeinsame Sendungsrubrik gefunden wurde. Die enge Verbindung ist zu beiderseitigem Vorteil. In Bezug auf diese Analyse kann der Hinweis des regionalen Radioprogramms auf das regionale Fernsehprogramm das Interesse der Radiohörer auf das entsprechende Fernsehprogramm wecken bzw. noch erhöhen.

Neben diesen Aspekten der inhaltlichen und äußeren Erscheinung des Programmfensters spielen sicher auch andere Faktoren bei der Identifikation des Publikums mit seinem regionalen Fernsehprogramm eine erhebliche Rolle. Der Norddeutsche Rundfunk hat in Mecklenburg-Vorpommern eine große Präsenz. Bei bedeutenden kulturellen und sportlichen Ereignissen ist der NDR oft Medienpartner; beispielsweise beim alljährlichen Filmkunstfest Mecklenburg-Vorpommern, dem größten Filmfestival des Landes. Darüber hinaus ist er auch selbst als Veranstalter für kulturelle Ereignisse im Land. Jedes Jahr im Sommer reist die „NDR-Sommertour“ quer durchs Land und veranstaltet mehrere Konzerte mit nationalen und internationalen namhaften Künstlern. In einer struktur-

schwachen Region wie Mecklenburg-Vorpommern sind solche Ereignisse Bereicherungen für das kulturelle Leben und werden überaus gern genutzt. Die NDR-Veranstaltungen und Medienpartnerschaften tragen maßgeblich zum positiven Image des Senders und damit auch zum hohen Ansehen und der Beliebtheit des regionalen Fernsehprogramms beim Publikum bei. Der NDR und sein Programm werden so verstärkt als der Region zugehörig empfunden, weil der Sender sich für die Region einsetzt und zur ihrer Attraktivität beiträgt.

Der NDR Mecklenburg-Vorpommern mit seinen momentan über 360 festen und freien Mitarbeitern, seinem Hauptsitz in Schwerin und den Regionalstudios im ganzen Land ist darüber hinaus auch ein wichtiger Arbeitgeber in der Region und trägt somit seinen eigenen Teil zur Strukturstärkung des Landes bei. Auch diese Tatsache kommt letztendlich dem Ansehen und der Akzeptanz des regionalen Fernsehens zugute.

Viele der positiven Eigenschaften, die das Programm des NDR und auch der Sender selbst in Mecklenburg-Vorpommern aufweisen, finden sich auch in den anderen vier regionalen Programmfenstern. Schließlich ist auch das öffentlich-rechtliche Regionalfernsehen in Schleswig-Holstein und Hamburg recht beliebt. Dennoch scheinen alle diese Faktoren, die zum hohen Identifikationspotential eines regionalen Fernsehprogramms beitragen, nur in Mecklenburg-Vorpommern in solcher Dichte aufeinander zu treffen. Somit sind die konstant sehr hohen Einschaltquoten ein Paradebeispiel für ein gut konzipiertes, auf die individuellen Bedürfnisse, Eigenschaften und Besonderheiten offensichtlich besonders gut abgestimmtes und deshalb sehr erfolgreiches regionales Fernsehprogramm.

#### **4.3. Zersplittertes Niedersachsen: Gründe für die im Vergleich sehr niedrigen Einschaltquoten des Regionalfensters Niedersachsen**

Das öffentlich-rechtliche regionale Fernsehprogrammfenster Niedersachsens ist das im Vergleich am wenigsten beliebte und akzeptierte Regionalprogramm des Norddeutschen Rundfunks. Tatsächlich hat sogar

das gesamte NDR-Fernsehen in der Vergangenheit – zumindest bis ins Jahr 2009 – sinkende Einschaltquoten verzeichnen müssen<sup>69</sup>. Trotzdem genießt das Fernsehprogramm des Norddeutschen Rundfunks beim niedersächsischen Publikum durchaus hohes Ansehen.<sup>70</sup> Sich dieses Problems bewusst hat der NDR mehrere Studien und Umfragen zu den Gründen dieses allgemeinen Trends in Auftrag gegeben. Gebündelt wurden die Ergebnisse in der im April 2009 erschienenen Studie „Niedersachsen Handbuch“. Viele der darin aufgeführten Aspekte können auf die Gründe der niedrigen Einschaltquoten des niedersächsischen Fernsehprogrammfensters übertragen werden und sollen im Folgenden bei deren Erörterung zu Hilfe genommen werden.

Die Beschreibungen des niedersächsischen Landesmagazins „Hallo Niedersachsen“ und seines regionalen Kurzmagazins „Niedersachsen 18:00“ im Verlauf dieser Analyse hat ergeben, dass sich die Formate durchaus um einen starken Bezug zur ihrer Region bemühen. Die Themen weisen insgesamt eine hohe regionale Relevanz auf und die Meinung der Bevölkerung scheint den Rundfunkschaffenden sehr wichtig, weshalb diese innerhalb der Sendungen oft und ausgiebig abgebildet wird. „Hallo Niedersachsen“ zeigt zudem den starken Impuls, ein hohes Maß an unmittelbarer Nähe zum Publikum zu schaffen. Ähnlich den Ländermagazinen Mecklenburg-Vorpommerns und Schleswig-Holsteins gibt es zahlreiche Beitragsrubriken, in denen die Region und ihre Bewohner selbst thematisiert, überaus positiv vorgestellt und repräsentiert werden. Bezogen auf die Themenvielfalt beider Programmfensterbestandteile sind deutliche Bemühungen zu erkennen, auch möglichst alle Gegenden dieses größten der deutschen Bundesländer zu repräsentieren.

Alles in allem ist also zu erkennen, dass zumindest das Ländermagazin Niedersachsens ein augenscheinlich recht gut konzipiertes und auf die individuellen regionalen Bedürfnisse seines Publikums abgestimmtes Sendungsprofil aufweist. Allerdings verbirgt sich hier auch bereits ein möglicher Grund für die dennoch so geringen Einschaltquoten des regionalen Programms in diesem Sendegebiet. Im Gegensatz zu „Hallo

---

<sup>69</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009 S. 3

<sup>70</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009 S. 13

Niedersachsen“ fehlt „Niedersachsen 18:30“ nämlich ein ebenso hohes Maß an unmittelbarer Nähe zum Publikum. Es weist hier tatsächlich eher die Merkmale eines recht nüchternen regionalen Nachrichtenmagazins auf, was im Vergleich ein weniger hohes Identifikationspotential verspricht.

Der zentrale Grund für geringen Einschaltquoten des regionalen Programmfensters ist jedoch ein anderer und gleichzeitig ein gutes Beispiel dafür, dass das Maß an Akzeptanz und Beliebtheit einer regionalen Sendung nicht immer ausschließlich mit dem äußeren und inhaltlichen Aufbau bzw. des Profils dieser Sendung zusammenhängen muss.

Es fehlt den Bewohnern Niedersachsens an einer sogenannten einheitlichen, sprich niedersächsischen Identität. Das Publikum des regionalen Fernsehprogrammfensters ist schlicht zu heterogen. Prozentual gesehen ist sogar eine gesamtdeutsche Identität mit im Durchschnitt 41% in vielen Gegenden höher als eine niedersächsische. Niedersachsen, das sich aufgrund seiner flächenmäßigen Größe von Nord nach Süd zwischen Ostfriesland und dem Harz erstreckt, ist Heimat für viele verschiedene Teilregionen mit jeweils sehr unterschiedlichen individuellen Bedürfnissen, Eigenschaften und Besonderheiten. In der Regel und insbesondere in den Gebieten Ostfriesland, Oldenburg und Emsland gilt identitätsstiftend eher die eigene Region anstelle des eigenen Bundeslandes.<sup>71</sup> Diese Tatsache führt in weiten Teilen Niedersachsens zu einem Informationsbedürfnis, das räumlich sehr eng auf die jeweilige eigene Teilregion beschränkt ist. Ereignisse in angrenzenden Gebieten sind zwar außerdem interessant, ansonsten gilt jedoch: Je weiter die Entfernung eines Gebietes vom eigenen Wohnort, desto weiter sinkt auch das Interesse an Informationen aus dieser Gegend.<sup>72</sup> Für einen regional gesamt-niedersächsischen Berichterstatler, der um ein Programmprofil bemüht ist, welches das regionale Informationsbedürfnis des gesamten Bundeslandes stillen kann, wird das schnell zur großen Hürde. Als Beispiel für diesen Sachverhalt sollen die Auswertungen der Studie „Handbuch Niedersachsen“ für die niedersächsische Region Emsland stehen. Laut dieser bezeichnen nur 6% der befragten Emsländer Niedersachsen als ihre Heimat, fast ebenso viele (4%) nennen hier sogar

---

<sup>71</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009, S. 6

<sup>72</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009, S. 7

die angrenzenden Niederlande. Informationen aus dem Bundesland empfinden die Bewohner des Emslandes in etwa so interessant wie Informationen aus dem Ausland. Nur 23% der Befragten melden hier ein Interesse. Am meisten interessieren sich die Emsländer für Informationen aus dem angrenzenden Gebiet Osnabrück, am wenigsten für die südwestniedersächsische Gegend um Braunschweig.<sup>73</sup>

Es erweist sich für das regionale NDR-Fernsehen Niedersachsens demzufolge als überaus große Herausforderung und schwer zu lösende Aufgabe, ein Programm zu gestalten, bei dem die unter sich stark unterschiedlich ausgefallenen Bedürfnisse nach Information und Anforderungen an ein regionales Fernsehprogramm zur Zufriedenheit des gesamtniedersächsischen Publikums berücksichtigt werden können. Hier liegt also der Hauptgrund dafür, das sich das regionale Fernsehprogrammfenster Niedersachsens keiner Akzeptanz beim eigenen Publikum erfreut, die jener des Regionalprogramms Mecklenburg-Vorpommerns, Schleswig-Holsteins und auch Hamburgs ähnlich wäre.

Darüber hinaus formuliert die Studie „Niedersachsen Handbuch“ allerdings auch Publikumswünsche, die ebenfalls Gründe für die niedrigen Einschaltquoten des Programms liefern, wenngleich auch nicht mit solchem Gewicht wie die vorher genannten. Diese Wünsche beziehen sich aus Sicht des niedersächsischen Publikums auf das gesamte NDR-Fernsehen, haben deshalb auch Geltung für die Sendungen des regionalen Programmfensters. Demnach wollen die Zuschauer „ein Programm, das sich näher an der eigenen Erlebniswelt orientiert.“<sup>74</sup> Es fehlt dem Publikum also hier an Themen aus dem nahen Umfeld des Lebens in ihrer Region. Außerdem wurde von den Zuschauern der deutliche Wunsch geäußert, dass ihre eigenen Interessen gegenüber den Behörden und der Politik des Landes durch das NDR-Fernsehen besser und stärker vertreten werden sollen.<sup>75</sup> In den Defiziten beider vom Publikum genannter Aspekte liegen mögliche Gründe für das Ausbleiben höherer Einschaltquoten. Würden die Wünsche berücksichtigt, könnte dies die Attraktivität des niedersächsischen Regionalfensters erhöhen und

---

<sup>73</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009, S. 8

<sup>74</sup> Jäger/ Peters 2009, S. 13

<sup>75</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009, S. 13-14

damit auf lange Sicht auch dessen Beliebtheit und Akzeptanz in der niedersächsischen Bevölkerung.

Ein letzter möglicher Grund liegt in der Vermutung einer zu geringen Präsenz des Senders und der damit in Zusammenhang stehenden räumlichen Verbundenheit des NDR in Niedersachsen. So war es – zumindest bis zum April 2009 – für die Zuschauer keine Selbstverständlichkeit zu wissen, wo sich die kleineren Einrichtungen des Norddeutschen Rundfunks in Niedersachsen befinden.<sup>76</sup> Dadurch erschließt sich für das Publikum nicht in jedem Fall die direkte räumliche regionale Nähe des Senders zu seinem Sendegebiet. Wäre diese Nähe offensichtlicher, ließe sich damit auch die Identifikation der Bevölkerung mit seinem regionalen Fernsehprogramm vorantreiben.

Gelänge es dem regionalen NDR-Fernsehen in Niedersachsen, die Wünsche seines Publikums zu berücksichtigen, in der Region deutlich präsenter zu werden sowie – und das ist für den Erfolg dieses regionalen Programmfenster entscheidend – die regional individuellen Informationsbedürfnisse seines Publikums in seinem Fernsehprogramm erfolgreich zu vereinen, bestünde die Möglichkeit, die Beliebtheit und Akzeptanz des Programms im eigenen Sendegebiet maßgeblich zu steigern.

---

<sup>76</sup> vgl. Jäger/ Peters 2009, S. 19



#### 4. Fazit

Betrachtet man rückblickend die verschiedenen Aspekte und Wirkungsweisen von Regionalität, die bei der Gestaltung von öffentlich-rechtlichem regionalem Fernsehen berücksichtigt werden müssen, um dieses mit größtmöglichem Erfolg beim Publikum einer Region zu etablieren, erscheint es nur allzu nachvollziehbar, dass zwischen den Programmangeboten verschiedener Regionen mehr oder minder große Unterschiede herrschen müssen. Die vier regionalen Fernsehprogrammfenster des NDR machen da, wie durch diese vergleichende Analyse eingehend bewiesen, keine Ausnahme. Denn es gilt: jede Region und somit jede Bevölkerung einer Region besticht durch ein eigenes Maß an Individualität, die sich in den verschiedenen Besonderheiten, Eigenschaften, Eigenheiten und unterschiedlichen Bedürfnissen der Region und seiner Bewohner äußert. Für das regionale Fernsehprogramm ist diese Individualität von größter Bedeutung, denn nur, wenn es sie berücksichtigt, sie repräsentiert und sie entsprechend reflektiert, kann der für den Erfolg und damit die Akzeptanz entscheidende Identifikationsprozess der regionalen Bevölkerung mit ihrem Fernsehprogramm geschehen. Der regionalen Individualität begegnen die Fernsehprogrammfenster mit eigens darauf abgestimmten Profilen. Anhand dieser lassen sich im direkten Vergleich die Unterschiede der einzelnen Programmfenster deutlich herausstellen. Dennoch gibt es auch eine ganze Reihe von Gemeinsamkeiten in ihrem jeweiligen inhaltlichen sowie programmstrukturellen Aufbau, die einerseits dann notwendig sind, wenn es gilt, die regionalen Programmfenster in ein überregionales, nord-deutsches NDR-Fernsehen einzubetten und die zum anderen existieren müssen, weil es natürlich ebenso Gemeinsamkeiten im Sehverhalten und dem Informationsbedürfnis der Zuschauer in den vier NDR-Sendegebieten gibt. So wurde in diesem Zusammenhang im Laufe dieser Analyse zum Beispiel festgestellt, dass es sich bei den Zuschauern um Zielgruppen zwar unterschiedlicher Herkunft doch eines ähnlichen Alters handelt.

Ob diese Mischungen aus Gemeinsamkeiten und Unterschieden in Form der vier individuellen Sendeprofile für die regionalen Fernsehprogrammfenster der Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Hamburg und Schleswig-Holstein erfolgreich gestaltet wurden, darüber entscheiden die Menschen in den jeweiligen Regionen. Und ihre

Entscheidung äußert sich in Form von Einschaltquoten. Diese geben Auskunft über die Beliebtheit, die Akzeptanz eines Fernsehprogramms in seiner jeweiligen Region. So wurden für diese Analyse auch die entsprechenden Einschaltquoten ausgewertet; einerseits mit dem Ergebnis einer allgemein recht großen Beliebtheit des regionalen NDR-Fernsehprogrammangebots, andererseits mit deutlichen Unterschieden zwischen den vier Programmfenstern. Der außerordentlichen Beliebtheit des regionalen Programms Mecklenburg-Vorpommerns steht demnach die deutlich geringere Akzeptanz Niedersachsens öffentlich-rechtlichen Regionalfernsehens innerhalb seines Sendegebiets gegenüber. Die Gründe für die Unterschiede führen immer wieder zurück auf die Funktionsweisen regionalen Fernsehens und so letztendlich immer auch auf das Maß der Identifikation des Publikums einer Region mit seinem regionalen Programmangebot.

Ob, wie und warum regionales Fernsehen beim Publikum einer Region angenommen oder nicht angenommen wird, spielt für die Rundfunkschaffenden eine entscheidende Rolle. Denn anhand der Ergebnisse von Analysen wie dieser kann regionales öffentlich-rechtliches Fernsehen reflektiert und optimiert werden, um für die Menschen in einer Region - und in diesem Fall für die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein - stets die bestmögliche regionale Berichterstattung zu gewährleisten.

## Quellenverzeichnis

### Bücher:

*Hasebrink, Dr. Uwe/ Staatspolitische Gesellschaft e.V. (Hrsg.):* Schriften zur Politik und Geschichte in Hamburg Ausgabe 2 „Regionales Fernsehen in Hamburg – Lückenbüsser oder Marktlücke“, Hamburg 1990

*Köhler, Wolfram (Hrsg.):* Der NDR – Zwischen Programm und Politik, Hannover 1991

*Norddeutscher Rundfunk (Hrsg.):* Der NDR von A-Z, Hamburg o.J.

*Zänger, Horst:* Geschichten aus 50 Jahren Rundfunk. Chronik des Landesrundfunks Mecklenburg-Vorpommern, Schwerin 1995

### Hochschulschriften:

*Fitsch, Marcus:* „Mein Programm“ – Eine vergleichende Analyse der Unterschiede zwischen den regionalen Fernsehprogrammfenstern des Norddeutschen Rundfunks, Mittweida 2010

### Sonstige Schriften:

*Jäger, Andreas/ Peters, Bärbel:* Studie „Niedersachsen Handbuch“, NDR-Intranet 2009

*Norddeutscher Rundfunk:* NDR FS Quotenbarometer 2010, Stand: 08.07.2010, NDR-Intranet 2010

*Norddeutscher Rundfunk:* GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahren, NDR Gebiet; NDR-Intranet 2010 (Siehe auch: Anlagenverzeichnis)

Internetquellen:

*DasErste.de*: Einschaltquoten und Marktanteile deutscher Fernsehsender, 2010, 09.08.2010

URL: <http://www.daserste.de/programm/quoten.asp>

*Gruber, Georg*: KalenderBlatt – Der Bayerische Rundfunk beginnt mit der Ausstrahlung eines dritten Fernsehprogramms, 2004, 03.11.2010

URL: <http://www.dradio.de/dlr/sendungen/kalender/304204/>

*Lückerath, Thomas*: Durchschnittsalter: RTL wird jünger, VOX wird älter, 2010, 03.11.2010

URL: [http://www.dwdl.de/story/26672/durchschnittsalter\\_der\\_sender\\_rtl\\_wird\\_juenger\\_vox\\_aelter/](http://www.dwdl.de/story/26672/durchschnittsalter_der_sender_rtl_wird_juenger_vox_aelter/)

*Mürderler, Kathrin*: Kalenderblatt, 09.06.1950: Gründung der ARD, 2010, 03.11.2010

URL: [http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&lang=de&manu\\_id=164&tag=9&monat=6&weekd=&year=2005&weekdnum=&dayisset=1&lang.de/](http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&lang=de&manu_id=164&tag=9&monat=6&weekd=&year=2005&weekdnum=&dayisset=1&lang.de/)

*NDR.de*: 370. Sitzung des Rundfunkrates am 28.11.2008, 2009, 03.11.2010

URL: <http://www.ndr.de/unternehmen/organisation/rundfunkrat/sitzung106.html>

*NDR.de*: Homepage von “NDR 1 Radio MV”, 2010, 13.07.2010

URL: [http://www.ndr.de/radiomv/wir\\_ueber\\_uns/ma10.html](http://www.ndr.de/radiomv/wir_ueber_uns/ma10.html)

*NDR.de*: Homepage von “Hallo Niedersachsen”, “Niedersachsen unterwegs”, 2010, 18.10.2010

URL: [http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/hallo\\_niedersachsen/ndsunterwegs200.html](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/hallo_niedersachsen/ndsunterwegs200.html)

*Redaktion ARD Jahrbuch (Hrsg.): Das ABC der ARD, 2010, 03.11.2010*

URL: [http://db.ard.de/abc/main.index\\_abc](http://db.ard.de/abc/main.index_abc)

*Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Landesdaten im Überblick, 2009, 03.11.2010*

URL: [http://www.statistik-mv.de/cms2/STAM\\_prod/STAM/de/bhf/index.jsp](http://www.statistik-mv.de/cms2/STAM_prod/STAM/de/bhf/index.jsp)

*Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Ergebnis des Mikrozensus, 2008, 03.11.2010*

URL: [http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de\\_jb01\\_jahrtab4.asp](http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_jb01_jahrtab4.asp)

*Weis, Manuel/ Richter, Christian/ Riedner Fabian /ARD Sales: Radio MA Analyse 2010/I: Die Gewinner & Verlierer, 2010, 03.11.2010*

URL: <http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=40668&p3=>

#### Persönliche Gespräche/ Telefonate:

*Geisler, Sabine: Personalbüro des NDR im Landesfunkhaus Schwerin, 03.11.2010*

*Krückeberg, Anne: Personalbüro des NDR im Landesfunkhaus Hannover, 03.11.2010*

*Müller: Abteilung für Honorare und Lizenzen des NDR im Landesfunkhaus Hannover, 03.11.2010*

*Personalbüro des NDR im Landesfunkhaus Kiel, 03.11.2010*

## **Anlagenverzeichnis**

*Anlage:* GfK Daten; NDR Fernsehen, Landesprogramme  
vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 Jahre,  
NDR Gebiet, entnommen dem NDR-Intranet 2010 – S. 87 –

## ANLAGE:

GfK Daten; NDR Fernsehen: Landesprogramme vom 25.07.2010,  
Zuschauer ab 3 Jahre, NDR Gebiet,  
entnommen dem NDR-Intranet 2010

[Mein Unternehmen](#) / [Fernsehen](#) / [GfK-Daten](#) /

### GfK Daten

Landesprogramme vom 25.07.2010, Zuschauer ab 3 J., NDR Gebiet

		Zielgruppe		NDR Gebiet		Niedersachsen		Schleswig-Holstein		Mecklenburg-Vorpommern		Hamburg	
Sender	Titel	Dauer	Zeitabschnitt	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA
NDR FS	NDR REGIONAL	00:29:00	19:30:00-19:58:59	0,73	18,1	0,22	10,9	0,22	29,7	0,17	29,3	0,10	20,3

Landesprogramme auflaufend vom 01.07.2010 bis 25.07.2010 (Mo-Fr)

		Zielgruppe		NDR Gebiet		Niedersachsen		Schleswig-Holstein		Mecklenburg-Vorpommern		Hamburg	
Sender	Titel	Dauer	Zeitabschnitt	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA
NDR FS	NDR REGIONAL	04:15:00	18:00:00-18:14:59	0,19	7,8	0,07	5,8	0,04	9,5	0,03	9,3	0,03	10,8
NDR FS	NDR REGIONAL	08:13:00	19:30:00-19:58:59	0,71	19,1	0,22	11,4	0,19	26,3	0,17	34,1	0,09	21,4

Landesprogramme auflaufend vom 01.07.2010 bis 25.07.2010 (Mo-So)

		Zielgruppe		NDR Gebiet		Niedersachsen		Schleswig-Holstein		Mecklenburg-Vorpommern		Hamburg	
Sender	Titel	Dauer	Zeitabschnitt	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA	Sehbet. Mio.	MA
NDR FS	NDR REGIONAL	12:05:00	19:30:00-19:58:59	0,70	19,0	0,21	11,4	0,19	27,3	0,17	33,3	0,09	21,6

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernsehpr.(D+EU),  
personengewichtet, zeitversetzte Nutzung: produktbezogen (r,v,z),  
01.07.2010-25.07.2010

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die Medienforschung

## **Erklärung zur selbständigen Anfertigung**

„Selbständigkeitserklärung:

Hiermit erkläre ich, Marcus Fitsch, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.“

Hamburg, 06.11.2010

---

- Marcus Fitsch -